

СОТВОРИ И ПРОДАЙ

СВЕТЛАНА ВОИНСКАЯ

КАК
ПРЕВРАТИТЬ
ХОББИ В ДЕЛО
И ДОБИТЬСЯ
УСПЕХА



Светлана Воинская
**Сотвори и продай! Как превратить свое
хобби в Дело и добиться успеха**

Я очень благодарна этим женщинам за то, что они поделились со мной и с вами историей своего хендмейд-бизнеса:

Татьяна Кононова (Tanya Flower) – скрапбукинг

Наталья Костикова – игрушки

Ирина Любина – одежда из войлока

Елена Миллер – фьюзинг

Лилия Стаселько – одежда для собачек

Ирина Горюнова – куклы

Марина Никулина – декупаж

Любовь Кургузова – сумки

Ирина Сергеева – лэмпворк

Гузель Костына – мишки тедди

Ольга Петрова – цветы из пластики

Введение

Привет! Меня зовут Светлана Воинская, я дизайнер – создаю авторские украшения. У меня свое дело, которое успешно развивается. Я не заканчивала никакого художественного вуза, и профессии этой меня никто не учил, до всего доросла сама.

Год назад мне захотелось написать эту книгу. В начале профессионального пути подобное руководство мне бы очень пригодилось. Теперь оно перед вами. С массой полезных советов и историй из личного опыта моих друзей – мастеров-кукольников, художников, дизайнеров о том,

как начать собственный творческий бизнес и как сделать его успешным!

Кто-то скажет, что название этой книги ужасно: слово «продажа» оскверняет понятие «творчество», весь его поэтический смысл. Не буду никого разубеждать. Цинизма в этой книге ровно столько, сколько нужно для того, чтобы превратить ваше творчество в Дело, то есть начать получать от него достойный доход.

Сколько себя помню, мне всегда нравилось продавать свои поделки. В нашей школе часто организовывали разные ярмарки: ученики приносили плоды трудов своих, выпечку или сувениры. Столы ломились от подушечек для иголок, кухонных досок с выжиганием, самодельных плюшевых игрушек. И все получали море удовольствия – и от продажи, и от покупки.

Дома, вырезав из картона туфельку, обсыпав ее поверх клея ракушками, я бежала к отцу с вопросом: «Как ты думаешь, купят? А сколько дадут?» Дети любят играть в бизнес, им интересно оценить свои способности.

Повзрослев, я не очень изменилась. Увидев в магазине книгу «Как написать роман и заработать миллион», тут же ее купила, проглотила залпом и принялась строчить роман. Кто-то начинает писать с коротких рассказов, потом переходит на повести, многие вообще не решаются на объемные тексты, я же полагала, что по-настоящему смогу заработать, только если отгрохочу роман! Писать повести мне казалось занятием бессмысленным, миллионом здесь не пахло.

Мной всегда владел азарт, смогу продать сотворенное, нет? Словно спрашивала уже не у папы, а у жизни: «Как ты думаешь, купят? А сколько дадут?»

Хобби, которое никому, кроме тебя самого, не нужно и не интересно, меня никогда не привлекало. Отправлять свою рукотворщину пылиться в шкаф, увешивать поделками стены квартиры, демонстрируя их разве что редким гостям, – какой в этом смысл?

У всех творческих людей, если они растут в своем ремесле, есть одна проблема: созданное полгода назад кажется неактуальным, несовершенным. Как смотреть изо дня в день на то, что раньше казалось шедевром, а сегодня – убожеством? Одно расстройство, лучше спрятать подальше в шкаф – так поступают многие.

Из этой ситуации есть прекрасный выход: вовремя продать, расстаться, оставив светлую память о своем творении в фотографиях. Иначе с течением времени шедевр обесценится в ваших глазах, руки будут тянуться к бесконечной переделке, больше от раздражения, чем от предвкушения удовольствия.

Главный стимул затеять творческий бизнес – это желание каждый день жить в удовольствие! Быть в ладу с самим собой, заниматься любимым делом в том режиме, в котором это удобно, быть свободным от начальников и недружелюбных людей, располагать своим временем и собой – это настоящее счастье!

Может быть, вы смотрели фильм «Большая маленькая Я». О маленькой, но мудрой не по годам девочке, которая написала

себе взрослой в будущее письмо, подготовила самой себе подарки и оставила пакет у нотариуса.

Глядя на окружающих ее взрослых людей, девочка уже тогда предположила, что станет такой же, как они: скучной, нервной, усталой, иссушенной работой, перестанет фантазировать и забудет обо всех своих мечтах...

И вот взрослая нервная женщина получает пакет: эти яркие письма с рисунками, вклеенными картинками, высушенными цветами и разноцветными камушками и стеклышками... Какой же она была раньше! Каким подарком этому миру росла, сколько в ее мире было волшебства! И чем в результате стала...

Наше время открывает перед всеми столько возможностей! Можно реализовать себя на творческом поприще, можно организовать свое дело, мечтать, фантазировать и получать за это деньги, можно каждый час своей жизни проживать с радостью!

Эта книга для тех, кому опостылела нелюбимая работа, кто мечтает заняться делом по душе.

Для тех, кто хочет превратить любимое дело не только в источник радости, но и дохода.

Для тех, кто уже начал творческий бизнес и планирует добиться настоящего успеха.

Ну и для тех, кто уже добился его: слишком много успеха не бывает никогда.

Часть I

Волшебный пинок

Глава 1

Жизнь коротка

Даже не сомневайся: работа – это и есть жизнь.

Карим Рашид

Окончив школу или институт, каждый из нас вступает во взрослую жизнь. Это означает, что человек проведет на работе (сон исключаем) около 45 лет. Потом – старость и смерть.

Все, кого я знаю, по-разному распоряжаются этими годами. Большинство – совсем не так, как бы им хотелось. Им подарили жизнь, а они живут не «как хочется», а «как нужно» или «как получилось».

С семнадцати лет я сама сидела в офисе. И просидела там с перерывами десять лет. И каждый день мне казалось, что это не моя жизнь, моя жизнь – впереди, а то, что сейчас, – всего лишь скучный пролог.

Да я не могла себе даже вообразить, что все может быть по-другому. Так и большинство людей представляет свою профессию и деятельность – только внутри офиса. Все дело в родительском опыте – в советское время не любили одиночек, каждого загоняли в коллектив. И по накатанной мы передаем эту «семейную традицию» своим детям.

Доверившись коллективному опыту предков, я с семнадцати до двадцати семи лет проработала в различных компаниях: была работником суда и адвокатуры, университетской аспирантуры, издательства, страхового общества, фитнес-клуба и просто коммерческих фирм. За десять лет сменила около пятнадцати мест работы.

То, что люди обычно пишут в конце резюме: исполнительные, ответственные, коммуникабельные – могла с уверенностью сказать

и о себе. Кроме того, я была образованна, умна и привлекательна. На каждом из рабочих мест меня считали ценным сотрудником, начальство всегда жалело о моем уходе... Но только не я! Я всегда уходила «в никуда», и безумно этому радовалась! Ни один из пятнадцати офисов не стал мне по-настоящему дорог. Ни деньги, ни должность не имели для меня никакого значения – я чувствовала себя несчастливой, не понимала, что делаю в этом офисе и зачем я там.

Диплом юриста, собственный кабинет не давали мне ответа на вопрос: «Неужели я пришла в этот мир, чтобы быть юристом?»

Я чувствовала себя не юристом, а гусеницей: ползала, завистливо задирая голову на порхающих в прекрасном небе бабочек. Гусеницей с душой, зажатой в кокон.

А кокон этот постепенно засыхает... Только творческому человеку понятно (и легко вообразить), как это тоскливо – умирать, прожив долгие семьдесят(!) лет, такой гусеницей...

Недавно в интернете был опубликован список самых распространенных сожалений людей, расстающихся с жизнью. Его составила работница хосписа, которая на протяжении долгих лет выслушивала предсмертные жалобы умирающих стариков. И первым в списке стоит Сожаление, что

«У меня не было смелости жить жизнью, правильной именно для меня самого, а не той, которой ожидали от меня другие».

Если ты юрист от бога, и офис – твой дом родной, на смертном одре ты сочтешь свою жизнь стоящей. А человек, который делает то, что он делать не хочет, к чему у него не лежит душа, неуспешен.

Современное общество растит неудачников, поскольку его идея фикс – стабильность. Человек стремится оберечь себя

от неизвестности, неудач. И логично, что люди ищут в офисных конторах стабильность, безопасность, потому что так делают все.

Но почему конторские служащие так завидуют тем, кто «бездельничает» дома, тем, у кого свободный график, тем, кто сам себе хозяин? Потому что стабильность в офисе – иллюзия! Офисного работника могут уволить, унижить, завалить работой, могут задержать зарплату. Меняется коллектив, начальство, офис из помещения рядом с домом переезжает на другой конец города...

К тому же в современном мире работник по тем или иным причинам меняет место работы, и ему снова приходится подстраиваться под новые условия. О какой стабильности может идти речь?

Многие «зависли» на идее стабильной старости и ожидаемой в будущем пенсии. А если пенсия грянет через двадцать-тридцать лет?.. «Обеспеченная» старость может и не наступить.

Время – это все, что мы имеем. При рождении нам подарили немного времени, чтобы реализоваться, чтобы расцвести подобно великолепному цветку и дать семена.

Если ты рожден без крыльев, не мешай им расти.

Коко Шанель

В теологических текстах пишут, что Бог создал все живое, чтобы познать самого себя, и его частичка, человек, тоже. Познать себя, а не навязанную кем-то профессию.

Глава 2

Безбедное существование

В восемнадцать лет я поступила в МГУ, пройдя жесткий конкурс (15 человек на место) на юридический факультет.

Моей маме очень хотелось, чтобы я поступила именно туда. Таким образом она стремилась обеспечить мне безбедное существование. Как у ее подруги, юриста с дипломом МГУ. Мне же было абсолютно все равно, где учиться.

Самое интересное, что как-то в «Одноклассниках» меня нашла та самая подруга моей мамы, юрист. Посетив мой блог с украшениями, она написала, что искренне завидует мне, и если бы не советские времена, то она, наверное, стала бы дизайнером интерьеров, так ей нравится украшать свой дом...

И это правда. Когда я была ребенком и мы приезжали к тете Свете в гости, ее дом казался мне таким стильным и продуманным, удобным и светлым, что я просто наслаждалась пребыванием там. Тетя Света славилась отменным вкусом к вещам, умением превратить свое обиталище, даже временное (однажды мы ездили с палатками на Селигер), в уютное гнездышко.

Быть значит создавать.

Мартин Хайдеггер

В стремлении обеспечить кому-либо безбедное существование помните, главное слово здесь – «существование», возможно, безбедное, но безрадостное и несчастливое.

В то время как я поступала в МГУ, абсолютно не представляя, куда меня несет и зачем, мой младший брат сидел за компьютером и рисовал картинки. Он рос непослушным, и родители давно привыкли к его лени и странным выходкам.

Я поступила на вечернее отделение и устроилась на работу в офис, поскольку хорошая девочка не может сидеть на чьей-то шее. А брат, не обращая внимания на родительские укоры и даже угрозы отца выгнать бездельника из дома, продолжал увлеченно заниматься компьютерной графикой и в итоге устроился туда, где ему было интересно, – в студию, производящую компьютерные игры. Вскоре он сам мог позволить снимать себе жилье.

Не позволяйте шуму чужих мнений перебить ваш внутренний голос. Имейте храбрость следовать своему сердцу и интуиции. Они каким-то образом уже знают, кем вы хотите стать на самом деле.

Стив Джобс

Хорошие девочки и мальчики чаще всего являются исполнителями чужой воли, поэтому и оказываются в роли неудачников. Им часто вообще не предоставляют возможности подумать самим, чем им было бы интересно заняться в жизни. Поступиться родительскими мечтами – всерьез их обидеть, а разве хорошие дети так поступают? Они берегут чувства близких.

В нашей стране взросление и осознание себя происходит (если происходит) странным образом. Живя с родителями, молодые люди находятся под гипнозом их идей. Оценивая собственную неудавшуюся жизнь, те планируют для отпрысков жизнь получше – престижные вузы и денежные профессии.

И вот молодежь отправляется учиться, реализовывать родительские планы. Часто женитьба или замужество – реальный шанс избавиться от опеки, и тут бы проклюнуться собственному мнению... Ан нет, вуз окончен, у молодых женатиков родились дети, надо зарабатывать, чтобы их содержать. Из одной ловушки человек попадает в другую, и вырваться ему сложно.

Мужчинам разорвать этот порочный круг кажется вообще невозможным: содержание семьи – их основная задача. Может, потому они и не спешат жениться. Ведь для начала хорошо бы понять, что, кроме семьи, ты хочешь получить от жизни? И кто ты сам.

Женщинам в этом смысле легче. Стоит женщине расслабиться и понять, что о ней есть кому позаботиться, она потихоньку начинает «наглеть», тащить в дом всякую дребедень (материалы для творчества) и тратить время не на уход за усталым после работы мужем, а на странные поделки. А все потому, что главная забота женщины решена – она замужем. Комнаты прибраны, окна вымыты, грядки прополоты, под окнами – семь розовых кустов, и теперь наконец-то она может начать познавать «самое себя».

Глава 3

Не податься ли в творческий вуз?

Окончив вуз, отработав в нескольких конторах юристом, я глубоко задумалась о том, как люди могут посвящать всему этому жизнь... Бумагам, судам, договорам, претензиям... И всерьез стала мечтать о другой жизни.

Для начала поступила в Литературный институт им. Горького. В то время я была поглощена писаниной – выдавала на-гора толстые исторические романы, с приключениями и интригами. Моей дипломной работой «Шпионаж» зачитывались все кафедры, это был настоящий шпионский детектив.

Отучившись год в Литинституте, ушла – с ощущением, что студентам там «обрезают крылья».

В Литинституте из студентов возвращают классиков. Если у меня были способности писать легкое читиво, они искоренялись – легкомысленную кровь пытались разбавить серьезным искусством Толстого и Достоевского. Уничтожая тем самым мою индивидуальность.

Стал бы Маяковский Маяковским, если бы его настойчиво учили писать, как Пушкин?

Среди тысяч выпускников Лита известными писателями стали единицы.

В любое время уходите и создавайте свое дело – а в Гарвард вернуться никогда не поздно!

Билл Гейтс

Теперь я постигаю все сама – благо в интернете полно мастер-классов и литературы, ты сам можешь выбрать, каким путем тебе идти.

Когда вмешиваются другие люди, обычно они навешивают свои ярлыки. Любой художник, окончивший художественное училище, скажет, что очень сложно после такого «творческого» образования сделать что-то свое, удивить. Должны пройти годы, и когда вызубренное окончательно забудется, уйдет на второй план, художник открывает собственный стиль. А ведь главное в успехе любого художника – удивлять, приятно удивлять.

Наши государственные вузы скорее воспитывают, чем выпускают профессионалов. Например, студент юридического факультета МГУ тратит уйму времени на историю России и Древнего Рима, экономику, латынь, английский, историю религии, философию и тому подобные предметы.

Покрутившись в среде себе подобных, пообщавшись с профессурой, запомнив несколько фактов из истории, выучив пару фраз на латыни, узнав, как обстоит дело в других странах, студент станет образованным, поддержит разговор на различные темы, ввернет латинский афоризм к месту. Это несомненный плюс. Но стал ли он юристом? Лучшим, чем тот, кто прочел кодексы на коленке?

Образование – это одно, а голова на плечах – совсем другое.

Кстати, мой непослушный брат, который сейчас является одним из ведущих художников компьютерной графики в России, с богатой фильмографией, так и не окончил профессионального вуза. И большинство успешных авторов, о которых пойдет речь в этой книге, не обучались своему делу в художественных училищах.

Наверняка у вас есть несколько знакомых, которые не учились в вузе профессии и при этом являются профессионалами своего дела. И вы знаете много раздолбаев с дипломами о прекрасном высшем образовании, которое оказалось «не в коня корм». Если не знаете таких, то первой буду я!

Никто меня ничему не учил.

Я всегда училась сама, совсем одна.

Коко Шанель

В классическом творческом образовании есть еще один большой минус – оно зачастую лишает иллюзий от профессии.

Когда мечтаешь заниматься творчеством, все видится в пелене романтического тумана и хочется идти по этой дороге к вершинам, к звездам... Учеба же с самого начала убивает мечту. Убивает романтическое отношение к профессии. Еще ничего не попробовав, ты как будто все уже знаешь, да еще и с неприглядной стороны.

На преподавателей смотришь как на образец. Они вроде бы спецы, считают себя вправе критиковать именитых... Но почему?.. Почему преподавателей текстильных вузов не приглашают создавать коллекции для Zagina, почему предлагают побыть кутюрье Ренате Литвиновой? Потому что у нее есть свежий взгляд, собственный стиль, харизма, удивительная работоспособность, пусть и нет диплома о профессиональном образовании.

Наши творческие вузы не обучают главному – тому, как заработать своим ремеслом. В мире существует два типа обучения: один настраивает ученика на логическое восприятие мира – такое обучение происходит в классах, по стандартным учебникам, а другое – в студиях, в непринужденной обстановке, на пособиях, развивающих творческое мышление. Поверьте, в наших государственных творческих вузах только классы и учебники!

Развивайте себя сами! Сразу и много практикуйтесь. Если же вас засосало в болото классического «творческого» образования, сопротивляйтесь клонированию!

Будьте Собой, проявляйте Себя! Миру нужны Вы, а не некий плод типового образования.

Глава 4

Шансы, шансы вокруг

Одну из передач «Линия жизни» Клара Лучко начала словами, что человеку в жизни дается только один шанс, чтобы заняться Делом Своей Жизни. Один шанс. Я с этим не согласна. Как и с тем, что у человека может быть только одна настоящая любовь. Жизнь не настолько скупа. Мир богат, и предоставляет всем вдоволь возможностей.

Удачные моменты надо уметь ловить и пользоваться ими.

Михаил Булгаков

Покинув Литературный институт, я некоторое время работала в различных конторах. Собственную квартиру сдавала в аренду, и мне даже не приходило в голову искать какие-то прибыльные должности. Я выбирала такие коллективы, где можно было мало работать, болтать с утра до вечера и подолгу «зависать» на сайте знакомств. Так через интернет я нашла второго мужа, переехала с ним в свою квартирку в Подмоскowie и с этого времени стала всерьез пробовать себя в роли свободного художника.

Кстати, наличие работающего мужчины очень способствует творческому успеху – когда есть финансовая поддержка и опора, легче начать собственное дело. Намного легче, нежели когда человек постоянно думает о том, как свести концы с концами и заработать на пропитание. В последнем случае очень сложно решиться бросить привычную работу – практическая сторона обычно перевешивает, и жизнь проходит на скучной должности.

Сложно, но все-таки можно. Так поступили многие женщины, и ни о чем сейчас не жалеют. Они нашли другие пути реализации своей мечты.

Итак, обретя мужа, я решила исполнить свою давнюю мечту – стать психологом – и пошла на полугодовые курсы коучей – тренеров личностного роста. Получив диплом, занялась поиском клиентов. Они быстро нашлись, но тут жизнь предоставила мне третий шанс заняться творческой деятельностью, и сначала поневоле, а потом с огромным интересом я переключилась на него.

Мне поручили руководить магазином.

Друзья моего мужа имели большой магазин игрушек, и в том же торговом центре сдавалось помещение под маленький магазинчик. Муж решился на эксперимент – открыть магазинчик подарков. В результате получился магазинчик по типу «Белых облаков»: сувениры из разных стран, благовония, украшения, особая атмосфера...

Люди магазинчик полюбили, но он приносил дохода столько, что через месяц стал мужу неинтересен, и он вернулся к своим прежним занятиям. Зато я свой магазинчик обожала и занималась им до тех пор, пока в нашем городке не начались страшные налоговые проверки. Посчитав, сколько я получу после того, как официально оформлю на работу продавцов, заплачу экологический и прочие сборы (к тому же обещали повышение арендной платы), пришла к выводу, что магазинчик пора закрывать, ибо прибыль он будет приносить совсем смешную.

Все-таки как я ни любила свое дело, для меня всегда было важно, чтобы оно приносило доход. И могу сказать, что если для вас это не важно и вы раздариваете свои работы знакомым или копите их дома, вы вряд ли станете успешным художником. Ну, может, после смерти...

Помимо таланта должно быть внутреннее желание преуспеть. Даже какой-то психологический комплекс, подвигающий вас к достижению материальных целей, мотивация. Успех, когда вас знают и ценят сотни людей, но при этом вы не получаете за ваш труд ни копейки, это не тот успех, которого я желала бы для вас. Славы в данном случае мало.

Вкусив счастье свободы, я уже не могла вернуться в офис. Начавшийся кризис было подтолкнул меня на пару собеседований – почему-то тревожно стало за свое будущее. Страх – большой враг в нашем деле, кстати. Он ведет в привычное болото, в котором так удобно сидеть и вроде бы получать достаточное количество мух для пропитания.

На собеседованиях я вела себя с руководством спокойно и уверенно, – ведь совсем недавно у меня самой были подчиненные, – и меня неприятно удивляла манера этих начальников смотреть на кандидатов свысока.

Подчиненный перед лицом начальствующим должен иметь вид лихой и придурковатый, дабы разумением своим не смущать начальство.

Петр I

И мне стало понятно, что работа в офисе и теперешняя я несовместимы.

Еще когда был магазинчик, я заметила, что стоит мне переделать залежавшиеся бусы под свой вкус, они тут же находили покупателя. Мои бусы разлетались. И под конец истории моего магазинчика половина украшений в нем были уже мои, авторские.

После закрытия магазинчика обратилась к мужу с просьбой сделать мне сайт: хотела фотографировать мои бусики и продавать их через интернет. По профессии муж – руководитель интернет-проектов, но он скептически отнесся к моей затее и посоветовал попробовать хоть что-то продать, например, через блоги и дневники, коих в Сети полным-полно. И только после этого он пообещал сделать мне сайт.

О дневниках и блогах я не имела ни малейшего понятия. Но с мужниной помощью разобралась. Полгода маялась в liveinternet, пробовалась и в реале – на выставках самоцветов,

пока не перешла в «Живой журнал» (ЖЖ). И здесь вдруг нашла своих клиентов. И теперь, когда муж вспоминает про сайт, даже отмахиваюсь – он мне уже ни к чему, я и без него востребована.

Никогда не думала, что буду заниматься дизайном украшений, все получилось само собой. Как никогда и не помышляла писать. Если вы творческая натура, никуда от этого не деться: жизнь даст шанс реализовать ваши способности. И не один, не два, просто ловите их!

Взять, к примеру, Юлию Высоцкую. И актрисой она стала, и замуж за известного режиссера Кончаловского вышла, а люди узнали и полюбили ее как кулинарку. Где логика? А нет у судьбы логики.

У каждого человека десяток-другой любимых занятий. Сколько хобби – столько и шансов стать полезным людям. Ведь актрис – миллион, а такой, чтобы легко, с позитивом сотворила на кухне что-то невероятно аппетитное, всего одна – Высоцкая.

Будьте по жизни Самим Собой, следуйте Своим интересам, пробуйте новые пути, все они приведут к сокровищам, заключенным в вас самих. Они раскроют ваш потенциал, и в зеркале вы увидите новое лицо, нового себя! Чем сидеть все это время на одном месте, не интереснее ли пуститься в путешествие?

Глава 5 Об Успехе

Однажды в кофейне я встретила со старой знакомой, профессиональным гештальт-терапевтом. Мы подружились во времена моего увлечения психологией. Она спросила меня, почему я не нанимаю людей и не обучаю их рутинной работе, почему не создаю свою компанию?

Действительно, почему?

У всех нас разная мотивация. Кто-то хочет и стремится быть главой компании, ему нравится руководить людьми и ощущать себя начальником. Вообще нравится сознавать, что он создал целую империю. Хочется побыть королем.

– Царь, очень приятно, царь!

Фильм «Иван Васильевич меняет профессию»

Другого человека привлекают деньги. Вроде есть какие-то творческие мысли, но во главе угла – деньги, поэтому продукт массовый, идейки «так себе», много копий, в ход идут маркетинговые уловки. Настоящим творчеством там не пахнет.

Третий типаж, к нему отношу себя и я, – охотники за похвалой. Не могут они жить без людского восхищения, каждый день с утра до вечера готовы слушать комплименты. Им хочется чувствовать себя нужными этому миру. Доказательство этого – одобрение окружающих.

Такой человек в погоне за людской любовью постоянно оттачивает свое мастерство, самосовершенствуется, хочет удивлять и удивлять снова, чтобы получать свой наркотик – похвалу.

Все, что нам нужно, – это любовь.

The Beatles

Человеку с высокой самооценкой не нужна людская любовь. Он и без нее считает себя не таким, как все, – творческой личностью с глубоким внутренним миром. Поэтому окружающие должны считаться с его «неземным» статусом и сбрасывать со счетов недостатки.

Творческой личности многое прощают. Наркотики, бесшабашный образ жизни, измены или банальный беспорядок в квартире – все это можно объяснить поисками музыки и муками творчества. Вот вам четвертый типаж.

Вообще, список мотиваций очень длинен. Можно, безусловно, совмещать некоторые из них, но я всем советую определиться с главной.

Когда я осознала, что мною движет, мне стало легко. Я поняла себя. И стала проще относиться к тому, что зарабатываю меньше некоторых моих однокурсников-адвокатов. И что мое имя не пестрит среди вывесок Kira Plastilina и Alena Akhmadullina. И что нет фабрик, клонирующих мой дизайн.

Ничто из этого не сделало бы меня счастливой, только обременило бы ненужной суетой и проблемами.

Два японца спорили, чья компания круче.

«Мой шеф не был в отпуске с 1996 года!» –

«А мой не отдыхал с 1991-го!»

Мой успех – это образ жизни, который я веду.

Могу позволить себе спать сколько хочу (пока перед самой собой стыдно не станет), каждый день гулять в лесу или плавать

в бассейне, смотреть с сыном детективы или посещать модные блоги. Заниматься любимыми бусами. Писать книгу. Вечером бодро встречать мужа и готовить вкусный ужин.

Я работаю в режиме, который мне нравится. В любой момент могу устроить себе недельный отпуск, а летом вообще лениться.

Клиентов (моих любимых девочек) принимаю в уютном кафе за чаем и пирожными. Мы не бегаем по городу, не жмемся на скамейках в метро.

Успех для меня – это когда мои украшения нравятся другим, когда подписавшихся на мой ЖЖ становится все больше и больше, когда люди выбирают меня из множества других дизайнеров. Когда в конце месяца мой «внутренний бухгалтер» удовлетворен, посчитав баланс между расходами и доходами.

Успех – это когда я понимаю, что прожила день так, как хотела...

А что успех для вас?

Раз уж мы начали беседу о себе самом, о Своем пути, **самореализации**, собственном лице и интересах, ответьте на этот вопрос. Прервите на несколько минут чтение и подумайте! Успешная жизнь – такая жизнь, в конце которой, на смертном одре, вам будет не о чем сожалеть.

.....
.....
.....
.....
.....
.....???

Если вы хотите иметь то, что никогда не имели, вам придется делать то, что никогда не делали.

Коко Шанель

Успех – это то, что конкретно вы хотите получить от мира в ответ на свои творческие потуги.

У творческого человека, по моему мнению, личный успех держится на трех китах: достатке, популярности и удовольствии от жизни. Все три условия должны его полностью удовлетворять.

Поговорим о достатке. Занимаясь творчеством, вряд ли можно заработать столько, сколько в нефтяном бизнесе. Но чтобы продолжать заниматься любимым делом, хочется, чтобы усилия окупались. Скорее всего, ваш заработок сравнится с зарплатой менеджера среднего звена.

Для многих творцов тема денег – болезненная тема. Неудачливые художники отзываются свысока о своих более успешных коллегах, тех, кто хорошо зарабатывает и популярен. Обвиняют их в том, что они пишут (рисуют, шьют) на потребу публике, не думая о «высоком искусстве».

Успешные же авторы к своим работам относятся проще. Вспомним историю. Пушкин слыл поэтом салонным, романы Достоевского в свое время воспринимались как бульварные. Молодые художники Монмартра (среди них Пикассо и Сезанн), бывало, писали и продавали по картине в день, чтобы прокормиться, пока к ним не пришла слава. А Анри Тулуз-Лотрек и Альфонс Муха рисовали афиши и рекламу. Никто не чурался потребностей публики. Они чувствовали себя успешными, потому что были нужны людям.

Зачем же задирать нос, пренебрегать людьми и деньгами?

Но деньги – это не все. Быть свободным – вот что привлекает людей в творчестве. Привлекает образ жизни. Возможность заниматься любимым делом. Свобода мыслей и поступков.

Человек может зарабатывать в десяток раз больше меня. Но если все его деньги уходят на оплату ипотеки, то кто из нас богаче?.. Ни о какой свободе здесь речь не идет. Человек состоит в рабстве у банка. И в рабстве у конторы, из которой не может уйти, потому что каждый месяц должен отдавать банку долги.

Человек может зарабатывать в сотню раз больше меня, но если не спит ночами – мается, что не может купить такую же крутую яхту, как у друзей... Разве он зарабатывает достаточно?

Заработок и достаток – разные вещи.

На данный момент мне **достаточно** вкусной еды, красивой одежды, путешествий два-три раза в год, обустройства моего «гнезда», фитнеса и косметолога, интересной жизни моего чада (секции, кружки). Как только у меня появляются новые запросы и капризы, я думаю, как их обеспечить. Обычно это получается. И моя свобода остается при мне.

Популярность, людская любовь – и результат, и стимул творчества. Все проекты, созданные только ради денег, будь то бизнес или офисная работа, обречены на короткую жизнь. Ими невозможно жить, ими невозможно болеть. Другое дело, когда ты несешь миру что-то светлое, делишься с ним хорошим, любимым. Эта любовь так заразительна для окружающих! Она-то и приводит к популярности. А популярность кормит творца.

Когда все три условия: достаток, популярность, свобода – соблюдены, творческий человек живет в кайф!

Глава 6

Волшебное существо

Хочу поговорить о творческих способностях.

Я намеренно не употребила слово «талант», поскольку талант – это способности плюс концентрация на их развитии (труд, тренировка). Точнее, талант – некий результат, признание твоих способностей обществом.

Талант! Прямо «хватай и беги»!

Из мультфильма про поросенка Фунтика

В Литинституте на курсе с нами училась бабушка-пенсионерка из подмосковного села, бывшая доярка. Она писала толстые любовные романы, читать их было невозможно – совершеннейшее графоманство. А в своем селе бабуля почиталась как невероятный талант, ею зачитывались пенсионерки, романы шли нарасхват.

Для начала творческого бизнеса достаточно способностей, а уже в процессе вас могут и талантом признать. Это всего лишь оценка. Но чем большее количество людей почитают вас как талант, тем более вероятно, что это правда. К какому числу подобных оценок стремиться, решает сам автор. Кому-то и жителей одного села достаточно.

Творчество – процесс человеческой деятельности, создающий качественно **новые** материальные и духовные ценности.

Википедия

Считаю, что творческие способности есть у всех. Жизнь человека – каждодневное творчество. Каждый день он что-то делает, о чем-то

размышляет, общается с другими людьми, придумывает, как поступить в той или иной ситуации, вырабатывает для себя какие-то принципы (духовные ценности).

Шопинг, приготовление пищи, работа и общение с коллективом – творческий процесс. Если, конечно, вы пробуете что-то новое: новый ингредиент, приправу к жаркому, новый путь общения с детьми или с коллегами. Творчество окружает нас повсюду, поскольку жизнь – творческая штука.

И в творческой профессии можно потерять саму творческую основу, если автор занимается плагиатом или бесконечно повторяет свой прошлый шедевр, постепенно превращаясь в изготовителя.

В теме авторских украшений, где отлично ориентируюсь, я нещадно делю авторов на творцов и ремесленников. По принципу новизны. Если мастер не создает ничего принципиально нового, нанизывает бусины на струну без всякой идеи, а часто и без всякого вкуса – это ремесленник.

Прежде чем создать что-то материальное, спрашивай себя, есть ли в том, что ты собираешься сделать, какая-то ценность или оригинальная идея.

Карим Рашид

Давайте разделим понятия «авторская» и «ручная» работа.

Если вы вяжете носки, и они внешне не отличаются от тех, что продают бабульки в переходах, пусть даже ваши носки связаны из итальянской шерсти, и пяточки у них синтетические, не протрутса, – это всего лишь ручная работа. И на все ваши сетования, что люди не могут оценить ваш труд, возмущаются ценой, и что бабульки в переходах – ваши реальные конкуренты, которые сбивают цены, в этой книге вы не найдете отклика. Потому что эта книга не о ручном труде, а о реализации творческих способностей.

Начните создавать вещи, которые не встретишь в магазине. Вяжите другие носки, другие шарфы, чтобы никто не смог фыркнуть: «Да я сама такие свяжу!»

Есть у меня знакомый автор, очень образованный и умный человек. Эта книга ему не нужна, поскольку он все делает правильно. Обладая несомненным вкусом, этот автор использует достойные материалы, умеет подать себя с лучшей стороны, фотографии его работ – безупречны, есть сайт. Выкладывая новую работу в блог, он предусмотрительно обойдет блоги своих френдов и обязательно прокомментирует их последние записи – в ответ на такое внимание его работу осыплют восхвалениями. То есть налицо неплохие задатки менеджера.

А дело не идет. Потому что автор настолько умен, настолько просчитывает свои ходы, что исчезает креатив. Обычно он подсматривает, что хорошо идет у других, и делает похожее, чтоб уж наверняка! Ум превалирует над душой, нет в нем порыва, интриги, хулиганства, баловства. Работы красивы, но сухи.

Да и клиенты, встречаясь с автором, получают на руки красивое изделие, и только. Не сомневайтесь, этот автор прочел уйму книжек о том, как расположить к себе клиента, при случае вспомнит несколько приемов, но люди чувствуют его неестественность и практицизм. Эти люди живые, они хотят живого, человеческого тепла.

Ошибки – удел человека с перегруженным мозгом.

Бенджамен Хофф, «Дао Винни-Пуха»

Душевные авторы! Вы светитесь как солнце, но вам не хватает жилки бизнесмена? Я могу многому вас научить. А вот учить ученого... напрасный труд. Если бы только он освободил свой ум и расслабился, оглянулся вокруг, «какое все красивое, какое все

зеленое», доброе, и вылез из своей скорлупы. А потом, расслабившись, отчебучил бы что-нибудь, надерзил, натворил...

Творческий человек – то волшебное существо, которое, по дону Кастанеде, ходит к водопою нехоженными тропами. Человек, который пробует новое решение. Который осмелился пойти туда, куда никто еще не ходил. А чтобы пойти неведомой тропой, нужна смелость.

Именно смелый подход к жизни отличает творческого человека от консервативного обывателя.

Обыватель ходит одной и той же проторенной тропой. Все знают эту тропу, где кочка, а где ямка. Идти по ней безопасно.

Большинство людей выбирает безопасную тропу, проверенную. Жизнь их выглядит предсказуемой: окончим школу, поступим в институт, потом – на работу, «погуляем» как следует, выйдем замуж/женемся, народим детей, купим дачу, постареем и умрем.

Работай старательно по восемь часов в день – выбьешься в начальство и получишь возможность работать по двенадцать часов в день.

Роберт Фрост

Требуется смелость, чтобы выбрать другой путь и другую жизнь. Смелость споткнуться о другую кочку и упасть в совершенно другую ямку, встретить по дороге неизвестных животных, увидеть чужие места и народы, начать говорить на их языке и попробовать их пищу.

Глава 7

В окружении

Если вы решились пойти неведомой тропой, для окружающих вы автоматически становитесь Иванушкой-дурачком, пустившимся за тридевять земель.

Слушали ли вы в детстве сказки про Иванушку-дурачка (дурачком, кстати, его называли закоренелые обыватели)? Теперь, надеюсь, вы понимаете, что речь шла о Творческом человеке, который всегда выбирал новые, небезопасные, неведомые пути.

Возьмем сказку про Конька-Горбунка. Братья олицетворяют стандартный подход к любому делу. Вместо того чтобы сторожить поле, они пугаются неизвестности и сбегают. Иванушка же не боится, наоборот – необычное привлекает его. От волшебной кобылицы он получает жеребцов.

Когда братья узнают об этом, они радуются золотогривым красавцам, их примитивная, но очень разумная мечта – нажива. Иванушка же выбирает маленького уродца, Конька-Горбунка (выбирает сердцем). По дороге на рынок братьям лень узнать, что вдалеке за огонек, у Ивана же нюх на необычное – он находит перо Жар-птицы. И так далее, пока не становится прекрасным принцем.

Творческий человек мыслит необычно, видит необычное, поступает нестандартно и в итоге получает то, что обывателям даже не снилось.

Только глупец побеждает в жизни, умник видит слишком много препятствий и теряет уверенность, не успев еще ничего начать.

Эрих Мария Ремарк

Окружающим вас никогда не понять. Они будут осуждать вас, чудака, и страшно завидовать. Ведь вы решились, а они – нет. Ведь вы видели эти неведомые тридевятые земли, жар-птиц ловили и с принцессами знакомы, а они – нет. Они будут восхищаться вашими результатами, вашими «иноземными сокровищами», им будет безумно интересно оказаться рядом с вами и слушать ваши рассказы, но для них вы навсегда будете оставаться странным непонятым субъектом. Из сказки.

Таких людей, как я, вообще очень мало, Ватсон.
Может быть, даже я такой один.

Шерлок Холмс

Потребители творческого труда – обычно люди внутренне очень творческие, но задавившие в себе собственные способности, не давшие им развиться из практических соображений.

Глядя на вашу картину или читая вашу книгу, прагматик прикасается к волшебному миру, побывать в котором у него не хватило смелости.

Вообще обыватель – обидное слово. В нем слышится какая-то снисходительность, превосходство того, кто это слово произносит. Когда говоришь или пишешь это слово, словно отделяешь себя от других людей.

На самом деле обыватели – это как раз те люди, благодаря которым вы можете творить. Если бы все были Иванушками и двинулись в неизведанные леса, никому неинтересны были бы ваши рассказы про жар-птиц, поскольку они сами уже всех переловили и принцесс тоже разобрали. Обыватели – это очень хорошие люди, зачастую более достойные, чем некоторые из творцов. И этим людям вы нужны!

Что же касается лично вашего окружения, хочу предупредить: прагматики не верят в творческий успех.

Вообще, я заметила одну вещь. Неуспешные люди не верят в успех других, их личная история неудачника не допускает, что кто-то другой может чего-то добиться.

Когда очередную мою работу обсуждают в сообществе «Умелые ручки» на mail.ru, очень многие заявляют, что она куплена в магазине и что живой человек, а уж тем более женщина, не может сделать подобное. Словно магазинные вещи придумывают и делают роботы. Да и роботов тоже когда-то придумал и сделал живой человек.

Неуспешные люди не верят. А успешные? Повторяю, творческий успех не укладывается в голове прагматика. Скорее, он предложит вам карьеру в конторе.

Не ждите поддержки от мужа или жены, не рассчитывайте на понимание. Скорее всего, близкие смотрят на ваше увлечение как на прихоть или дурь. А если вы заявите о том, что собираетесь превратить ваше рукоделие в Творческий Бизнес, заботливо попробуют растоптать вашу мечту: найдут в проекте слабые стороны, распишут страшные ситуации, в которых вы можете оказаться, всеми силами попытаются вернуть вас с Небес на землю. Это нормально.

К примеру, девушка увлекается изготовлением брошек. И вот приходит она с работы домой усталая, жалуется мужу:

– Как же меня все достало! Как мне это все надоело! Вот бы брошками зарабатывать... Как ты думаешь, получится у меня?

Отзывчивый муж предлагает:

– Давай напишем бизнес-план! – берет бумагу с ручкой и спрашивает: – Сколько ты получаешь сейчас за работу в офисе? Пятьдесят тысяч? А сколько будет стоить одна твоя брошка?

– Тысячу, – отвечает жена и тут же ужасается: – Ой, это мне придется делать пятьдесят брошек в месяц!

– Нет, дорогая, не делать – а продавать! И не пятьдесят брошек в месяц. Ты ведь потратишь и на материалы, и на упаковку, и на продвижение – тысяч десять-пятнадцать. В итоге тебе придется ежемесячно продавать по шестьдесят пять брошек. Сможешь?

Муж словно запихивает идею в ящик и начинает заколачивать гвозди в его крышку:

– Хватит ли у тебя фантазии сочинять столько брошек в месяц? – один гвоздь. – А давай-ка посмотрим в интернете, продают ли авторские брошки?.. О, да у тебя море конкурентов! – второй гвоздь. – И цены-то у них поменьше твоих, – третий гвоздь. – Да и вообще, ты на своей работе, к примеру, видела хоть на одной барышне авторскую брошку? – четвертый гвоздь. – Сейчас у тебя оплачиваемый больничный и отпуск, а там-то, учти, все будет за твой счет! – пятый гвоздь.

И с самодовольной улыбкой муж (он ведь помог – спас от разорения, он умный, молодец!) словно забрасывает ящик с идеей землей и ставит поверх могилки памятник: «Покойся с миром, Идея-Банкрот».

Все эти черствые бизнес-планы не учитывают очень важных вещей:

- потенциала автора – с которым он сможет свернуть горы(!);
- его опыта, который будет расти с каждым месяцем, – хендмейкер будет ориентироваться в своей среде, напитается идеей, получит советы и усовершенствует изначальный проект;
- трансформации идеи, которая может вылиться в совершенно новое направление, всех удивить и стать успешной.

Пока человек не попробует, он не поймет, куда ему двигаться, где его место в хендмейде, что именно в его работах будет той самой изюминкой, на которую клюнет публика и станет платить за брошку не тысячу, а две, три, четыре тысячи рублей...

Бизнес-планы часто построены на учете одних минусов, и когда новичок сталкивается с такой громадой минусов, он сильно пугается и, бывает, отказывается от родной идеи, позволяет «засыпать ее землей». А что если перечислить мужу плюсы, о которых он не подумал? Рассказать ему о вкусных ужинах (а не приготовленных на скорую руку из полуфабрикатов), о бодренькой полной сил жене, которая его встретит вечером. О массаже перед сном, на который,

конечно же, всегда хватит сил... О ее замечательном настроении и блеске в глазах, потому что это радость – жить и заниматься творчеством (и ему больше не придется выслушивать нытье и рассказы о дебиле-шефе).

А если хендмейдом занялся мужчина?

Мужа и главного кормильца, решившего сменить контору на творческий бизнес, ждут проблемы в семье. Я никого не пугаю, просто нужно продумать, как вы будете действовать. Успех не свалится вам на голову тотчас же, нужно подготовиться, возможно, к месяцам неуспеха и ожидания, к месяцам недоверия к вашей затее семьи, к месяцам безденежья.

Да пребудет с тобой сила!

Из фильма «Звездные войны»

Вообще, людям, работающим в офисе и желающим начать творческое дело, я рекомендую прочесть книгу Тимоти Ферриса «Как работать по 4 часа в неделю и при этом не торчать в офисе „от звонка до звонка“»^[1].

В этой книге дана пошаговая инструкция, как переместить работу из офиса домой, что позволит вам уделить время вашему творческому проекту; как разговаривать с начальством на эту тему, даны примеры ведения такой беседы.

Если вы переместите хотя бы часть работы из офиса на дом, вам не придется расставаться с постоянным заработком (что очень важно для вашей семьи), но позволит выделить время для ваших увлечений.

Если вы жена и мать, и муж склонен думать, что вы обделяете детей и его самого вниманием, занимаясь ерундой, вам придется вести трудную психологическую работу, дабы отвоевать часть времени и личного пространства. Нужно учитывать и характер ваших домочадцев, чтобы не накалять обстановку.

И действовать с умом. Любой творческий лентяй упрощает себе жизнь, а не усложняет ее.

Не нужно жаловаться на то, что у вас нет возможности заниматься тем, чем хочется. Я знаю пример, когда женщина с детьми и мужем, матерью-инвалидом стала известной писательницей. Просто однажды она села, подумала, составила график, учла время, которое тратит на заботу обо всех членах семьи и домашние дела. И нашла кусочек времени для себя и своей беллетристики, а потом с успехом его использовала.

Кстати, мой муж также не верил в то, что я смогу чего-то добиться, он просто предоставил мне свободу действий, за что я ему благодарна.

Отсутствие поддержки со стороны окружающих может оказаться первым серьезным препятствием на пути творческого человека. В страхе обделить близких (вниманием или деньгами) многие останавливаются, возвращаются в контору, жертвуют собой ради благополучия семьи. Пожертвовать собой – не пафосные слова.

Контора – тюрьма для творческой души, там негде расправить крылья, проявить себя.

Я не верю в силу обстоятельств.

В этом мире добивается успеха только тот, кто ищет нужных ему условий и, если не находит, создает их сам.

Джордж Бернард Шоу

Детям и супругу вы всегда будете более интересны и сможете дать им больше, будучи сами успешным человеком. Пожертвовав собой, вы станете примером неуспеха, который могут перенять ваши дети. Повзрослев, уважать вас они не будут, да и поговорить с вами им будет не о чем.

Но в данный момент муж и дети могут этого не понимать. Я знаю примеры и мужей-тиранов, которые запрещали своим женам

заниматься творчеством, а тем более иметь свои бизнес-проекты. Занятия вышивкой они с грехом пополам еще приняли бы, но если женам втемяшивалось в голову начать собственный бизнес, тираны сразу «ставили их на место».

Считается, что успех женщины часто вредит ее отношениям с мужчиной. Но не в этом случае! Бизнес творческий оставляет женщин женственными, они не превращаются в монстров-начальниц, мужеподобных карьеристок, с которыми страшно находиться в одной квартире. Мужчины к творческому успеху своих женщин относятся снисходительно, прощают его им.

Когда успешен мужчина, семья им гордится.

Что же касается поддержки родителей, людей совершенно иного поколения, часто оторванных от современности, с багажом неудач и стереотипов за плечами, людей, у которых свои планы на вашу жизнь... Лучше и не оповещать их о своих намерениях. Когда дело будет на ходу, будет приносить прибыль, тогда можно и поделиться с ними этой новостью.

Мои родители сейчас примирились с моим выбором и даже чуточку гордятся своей дочерью. Но если бы в начале моего пути я сообщила им, что собираюсь продавать бусы «собственного сочинения» через интернет, ничего, кроме скепсиса, мое сообщение у них не вызвало бы.

Предки решили бы, что это очередная прихоть глупого ребенка (повезло, что я замужем), который играет в игры, не ведая о правде жизни. А была бы незамужняя... Наверняка объявили бы, что я совсем дурная.

Моя мама, кстати, до сих пор ставит мне в пример молодых юристок в банке, все успевающих начальниц. «А ведь она твоя ровесница!» – эту фразу я слышу постоянно. Как мне с ними, с такими правильными, равняться, если я, непутевая, каждый день дрыхну до двенадцати?

Оставайтесь детьми. Это единственное спасение в мире взрослых неудачников.

Умное лицо – это еще не признак ума.

Из фильма «Тот самый Мюнхгаузен»

С течением времени вы будете тянуться к творческому окружению, к людям с общими с вами интересами. Вы можете потерять друзей по прошлой жизни, с которыми начнете разговаривать на разных языках. Так или иначе, но произойдет смена вашего окружения. К этому надо быть готовым.

Что касается богемы, не стройте иллюзий, что это среда единомышленников. Обычно это среда соперников по ремеслу. Дружба здесь возможна между людьми, которые «творят бизнес» в разных видах деятельности.

Если вы делаете, к примеру, авторские куклы, вы прекрасно сдружитесь с художниками, модельерами, дизайнерами чего угодно. Но дружба с коллегами по цеху возможна, только если или вы не представляете коммерческой угрозы для вашего друга или он сам не представляет и вряд ли когда-либо представит угрозу для вас. Цинично, но факт. Ваши приятели по цеху рано или поздно начнут вас копировать (если вы превзошли их), что принесет массу разочарований.

Настоящий художник одинок в своей среде, но у него остаются его почитатели. Именно среди поклонников вы можете встретить близких по духу людей, друзей, это ваша комфортная среда. Потому что произведения отражают вашу суть, вашу личность, это визитная карточка, которую люди читают на подсознательном уровне. Вас ценят подобные вам, близкие по энергетике, по духу люди.

Все мои постоянные клиентки – мои подружки, мне с ними легко, мы говорим на одном языке, даже часто у нас одинаковое финансовое и семейное положение. Мы встречаемся в кафе, пьем чай, болтаем обо всем на свете. Я сразу чувствую людей, с которыми вижу в первый и в последний раз – мы общаемся словно на разных волнах, разговор не складывается.

Среди своих клиентов вы встретите людей, с которыми вы никогда бы не познакомились, проводя жизнь в конторе. Работники телевидения и диджеи, модели и балерины, сценаристы, объехавшие полмира переводчики и жены дипломатов, фотографы, музыканты и портные, кукольники и поэты. У каждого – интереснейшая жизнь, о которой он будет готов вам поведать.

Глава 8

Препятствия – только в голове

На пути к успеху людям часто мешает Великая цель. Точнее – ее Величие.

Внутренне человек осознает ее недостижимость и прекращает какие-либо действия на пути к ней. Никто из поставивших себе целью жизни стать Популярным Писателем или Художником не достиг намеченного: картины или тексты всегда казались им несовершенными, не достойными Мечты.

То ли дело, когда вам пишется само по себе, и вы не задумываетесь о своем будущем. Пишешь себе и пишешь, занимаешься любимым делом. Тогда неожиданно и получится книга, и даже вдруг издастся...

Помню, когда я решила после заключения контракта с издательством (они приняли все мои три романа) стать Настоящим Писателем, писать сколько-то там знаков в день, у меня сразу пропало вдохновение. Я поняла, что профессиональным писателем мне не стать. А когда просто писала, все получалось само собой.

Люди от природы трусливы. Их пугают эти четыре слова «Дело всей моей жизни», как одно слово «Навсегда» пугает женихов. Слишком уж это ответственное дело, раз на всю жизнь. Стоит ли за такое браться? Может, не справлюсь? И что, больше у меня ничего не будет, все силы будут уходить на это Дело Жизни? А мне еще много чего хочется. Я не желаю себя хоронить!

Такой ход мыслей я наблюдаю у большинства творческих людей, которые никак не примутся за дело.

Кто-то скупает книги типа «Как определить свое призвание», «Муза и чудовище» – чтобы построить свой график творческой работы, или вроде той, которую вы держите сейчас в руках. Зачитываются ими, даже не сотворив ни одной вещи, не купив

швейную машинку, они уже боятся и ищут инструкцию, как уберечься от провала!

Кто-то, сделав пару кукол, строит планы нереальных заработков. Но постойте! На эти будущие заработки будут припеваючи жить и супруга-пенсионерка, и безработные сын с невесткой? Человек быстро сворачивает свою деятельность, сетуя, что вдохновение ушло, а все потому, что заранее не хочет, чтобы семья сидела на его шее. Это из серии: сам придумал – сам поверил – сам на всякий случай уберегся. Итог: нулевой.

Кто-то считает, что раз уж ему предстоит так-о-о-о-о-е Серьезное Дело, надо бы поучиться у профессионалов.

Я так и поступила, когда пошла в Литинститут, – мне казалось, у меня плохой язык и там я смогу освоить легкий стиль письма. Оказалось, среди всего курса я одна пишу без орфографических ошибок и мой стиль письма самый легкий.

Но меня стали учить, **что** писать! И хотя мастер курса, по его собственным словам, проглотил мой приключенческий роман за ночь, все равно во время обсуждения моего чтива он делал вывод, что пишу я «не о том»!

Я сэкономила бы силы и время, если бы сразу пошла со своим тяп-ляпом в издательство и ориентировалась на советы редакторов-практиков. Кстати, их короткий отзыв дал мне больше, чем год обучения в Лите.

Кто-то учится на ландшафтного дизайнера и часами готов сидеть в своем саду, что-то сажая и перекапывая. Ему вроде бы и хочется начать собственное дело, а страшно. Этот кто-то в раздумьях. Может, спрятаться за опытным агентством, «набраться опыта»?

Кто-то считает, что Дело Жизни – нечто настолько глобальное, что займет все его время, помешает семейной жизни, любви, воспитанию детей, и у этого человека заранее начинается нервотрепка.

Просто

избавьтесь от чрезмерной серьезности!

Она вам только вредит. Если бы младенец, пытаясь делать первые шаги, знал, сколько раз он больно упадет и набьет себе шишек, он точно решил бы: «Да ну эту ходьбу! Целей буду, если останусь сидеть!»

Расскажу-ка историю про одного очень творческого человека.

Однажды я побывала на детском дне рождения – гости были приглашены в детский клуб. Поздравляли шестилетнюю девочку, поклонницу мультика про фей Винкс. Всех детей и родителей ожидало представление.

Двое аниматоров и пара родительниц в костюмах фей вели программу по сюжету мультика. Конкурсы сменяли друг друга, дети были вовлечены в атмосферу волшебства: готовили зелье из слез лягушек и зубов вампиров, оно закипало в колбах и меняло цвет, бегали от злых чародеев, загадывали желания, пуская бумажные кувшинки в чашу с синей водой, и те раскрывали свои лепестки...

Праздник удался, и удался благодаря аниматору Юле Душиной. Я наблюдала за ней и поражалась ее таланту, было ясно: и сюжет, и костюмы, и конкурсы – все было ее творческой задумкой. Она была двигателем этого шоу.

После окончания я подошла и выразила Юле свое восхищение. Слово за слово, и она рассказала мне свою маленькую историю.

В ее семье всегда любили праздники. Отец хорошо пел и играл на гитаре, умел рисовать, и хотя много работал, всегда говорил, что жизнь – штука тяжелая и скучная, и единственное, что может ее озарить, это праздник. Поэтому к дням рождения детей в семье Юли относились серьезно. Шили костюмы, рисовали стенгазеты, придумывали конкурсы, приглашали много гостей.

Юля выросла, окончила музыкальное училище, стала преподавать в музыкальной школе, вышла замуж, родила ребенка. Но мужа-физика всегда раздражала Юлина «несерьезность», по его словам,

она превращала жизнь в «балаган». Конечно, ему не понравилось, когда Юля ушла из музыкальной школы и устроилась в детский клуб вести дни рождения.

А получилось это так.

Когда сын Юли пошел в садик, она решила устроиться туда же музыкальным руководителем. Коллектив в садике оказался на редкость консервативным, а Юлю просто переполняли идеи. Она подготовила сценарий потрясающего новогоднего праздника, где были задействованы герои современных мультфильмов, комиксов и сказок. Но руководство садика могло принять только традиционное новогоднее представление с Дедом Морозом, Снегурочкой, Бабой-Ягой, максимум – с зайчиком. О каких марсианах могла идти речь?

Руководство совсем не заботилось о развитии детей, поэтому Юля водила сына в детский клуб по соседству. Она познакомилась с тамошними преподавателями, и однажды в клуб поступило предложение провести день рождения. Преподаватель, которому поручили это дело, очень испугалась: опыта организации праздников у нее не было. Юля со своими идеями оказалась очень кстати. Она легко пришла на помощь – переделалась в Мэри Поппинс и провела вечеринку с большим успехом.

Детский клуб поспешил взять Юлю на работу, и она получила карт-бланш на ведение всех праздников. Именно дни рождения стали теперь главной статьей доходов клуба.

Но судьба наемного работника находится в руках администрации, а посему всегда возможны неприятные сюрпризы. В клубе сменилось руководство. На должность начальника пригласили экономиста, который был совершенно далек от преподавательской деятельности, не понимал сути работы клуба. Он по-быстрому урезал аниматорам зарплату, распродал оборудование и превратил некогда уютное помещение в обычную контору.

Один за другим преподаватели покидали клуб. Основной костяк публики, которую удерживали энтузиасты своего дела типа Юли,

разочарованно разошелся. А Юля очень быстро нашла пристанище в другом детском клубе. На тот момент он существовал уже год, но о нем в городе практически никто не знал. Клуб мало рекламировался, располагался в цоколе элитного дома, на территорию которого было непросто попасть из-за вечно закрытого шлагбаума. И вот в нем-то мы с Юлей и познакомились.

Конечно, я спросила ее, хотела бы она организовать собственное дело? В ответ Юля сказала, что очень хотела бы, но ей пришлось бы открывать собственный клуб, вкладывать очень много денег, заниматься финансовыми, административными вопросами, кадрами, а это только отвлечет ее от любимого занятия. На пути ее индивидуального бизнеса встала Великая Недостижимая Цель. Но Юля могла вести праздники на территории устроителей, самостоятельно заниматься саморекламой. Ей не нужно открывать свой клуб, нанимать работников. Она получала бы основную выручку и ощущала себя свободным художником.

Через год мы снова встретились. В трудовой книжке Юли один детский клуб сменился на другой. Помимо ведения детских праздников Юля занимается фортепиано и вокалом с теми, кого не устраивает классическая программа и кто хотел бы научиться импровизировать и подбирать музыку на слух, одним словом, заниматься в свое удовольствие.

Тем не менее я считаю Юлю примером для многих женщин. Она создала собственный творческий продукт – незабываемые детские праздники, и с этим продуктом ее готов принять любой детский клуб страны. Потому что проведение таких праздников приносит клубу солидные прибыли.

И в своей деятельности Юля абсолютно свободна, она чувствует себя художником, придумывая свои шоу, ее фантазию ничто и никто не ограничивает – ни рамки традиционной музыкальной школы, ни руководители-ретрограды. Юля остается настоящим творцом.

Если вас что-то пугает и сильно тормозит, сядьте в спокойной обстановке и напишите на бумаге, чего именно вы боитесь. Это

должны быть не общие фразы наподобие «боюсь всего», опишите конкретные ситуации – поскольку человек обычно боится оказаться в какой-то конкретной «луже». Боится остаться без денег, выглядеть перед другими идиотом, лишиться любимого, ничего не достичь...

Например, ландшафтный дизайнер, решивший поучиться уму-разуму в конторе, оказалось, боялся всего лишь заключать контракты с клиентами. «Я не знаю, что там должно быть написано! Какие условия оговаривать, как оформить оплату?» И, превратив маленький страх в «слона», человек готов сесть в конторское болото, чтобы «поднабраться опыта»!

Есть другие способы сэкономить свое время и избавиться от страхов. Например, распечатать образец договора из интернета. И прочесть, какая документация необходима для такого вида сделок. Встретиться с работающими коллегами, преподавателем и хорошенько их расспросить. Найти по интернету специалистов в данной области и все у них разузнать.

После того как вы составите список конкретных ситуаций, вызывающих страх, остановитесь на одной из них и постарайтесь найти решение. Потом возьмитесь за вторую. Обычно, как только вы увидите свой список, вам станет смешно. И это вас останавливало? Эти маленькие, но страшные издалика кочки?

Слов «Дело всей моей жизни» я не произнесу никогда. Откуда мне знать, как жизнь повернется? Столько раз она уже поворачивалась на сто восемьдесят градусов! Я просто играю в игру под названием «Мой творческий бизнес». Играю, пока это мне приносит удовольствие.

Время сейчас очень скоротечно, каждый год появляются новые профессии, виды деятельности, ваша Миссия может быстро устареть. И реализованные к тому времени амбиции принесут лишь разочарование, а не статус и восхищение окружающих.

Я против планирования на пять, десять, пятнадцать лет вперед, которому учат все бизнес-тренинги. Зачем заглядывать так далеко? То, о чем вы мечтаете, через десять лет может оказаться

неактуальным. Если человек растет, развивается, его горизонты неминуемо расширяются, через десять лет он станет совершенно другой личностью, и его планы будут кардинально отличаться от тех, которые он строил десять лет назад.

О чем мечтаю я? О том, чтобы и через десять лет жить в свое удовольствие. И могу смело назвать это Делом всей моей жизни. Звучит легкомысленно? Вы удивитесь, но этим я делаю счастливей сотни других людей.

Мои амбиции: быть круче всех в своей области. Размытое определение, которое позволяет мне искать, а не придерживаться выбранного курса, не ставить жестких и ограничивающих меня же целей. Наоборот, каждый день можно корректировать свои цели, исходя из новых условий окружающего мира.

Лучше путешествовать, чем прибыть на место.

Из фильма «Шаг вперед»

Когда у меня был свой магазинчик, я могла строить какие угодно планы о его посещаемости, вкладывать деньги в рекламу и раскрутку, только в один прекрасный день все планы пришлось забыть, магазинчик закрыть и переместиться в интернет. Ставить себе целью обрести на любом интернет-ресурсе аудиторию, скажем, в тысячу человек за год, тоже неразумно. И не потому что в любой момент тот же livejournal подвергнется очередной ddos-атаке, а просто вас может ожидать успех в другом месте. Лучше не ставить конкретную цель и тратить все силы на ее достижение, а держать нос по ветру, вдруг подвернутся удачные возможности.

Ваш корабль должен лавировать в изменчивом море обстоятельств. Пусть вас манит не конкретный маяк, а берег изобилия и удовольствия, к которому вы двигаетесь в ритме приятной прогулки.

Смотрели ли вы комедию с Биллом Мюрреем «А как же Боб?»? По сюжету очень сложный пациент с кучей фобий, от которого отказываются все врачи, приходит на прием к очередному психотерапевту, и тот на первом же сеансе советует прочесть его книгу под названием «Детские шажки».

Смысл книги в том, чтобы каждый день делать очень маленькое (и потому комфортное для трусливого организма) движение к цели. И цели нужно ставить малюсенькие, с которыми можно разобраться в ближайшее время и без особого труда.

Это прекрасная иллюстрация, как нужно действовать, чтобы не оказаться в плену Своего Великого Страха.

Как съесть слона?

По маленьким кусочкам!

Если у вас есть Великая Цель, подумайте, будете ли вы счастливы, достигнув ее? Представьте день, когда вы ее достигнете. Как вы его проведете? Желательно представить поминутно. А как проведете следующий день? Какие требования будут к вашему новому статусу, что придется делать? Действительно ли вы достигли берега изобилия и удовольствия?

Если да, разбейте Цель на маленькие целюшки и занимайтесь этой мелочью. Не нагромождайте планов о будущем Грандиозном Творческом Бизнесе, которые вы не в силах претворить в жизнь. Не думайте глобальными категориями, например о Великом кукольном деле имени Зайчиковой. Просто сходите в магазин и купите материал, просто сотворите куклу, просто сфотографируйте ее, просто выставьте в интернет-сообществе.

Лучше меньше, да лучше.

Для начала съешьте маленький кусочек слона.

Глава 9

Лягушка в молоке

Успеху обычно предшествует неуспех. Приходится пройти длинный путь, прежде чем художник найдет человека, которому он нужен, человека, который оценит его работы. На этом пути многие сдаются, поскольку рассчитывают на быстрое признание. А его все нет и нет...

Наши ряды творческих бизнесменов часто наполняют люди, которым неинтересно творчество для себя. Ну неинтересно им для себя производить бесчисленные декупажные часы, доски, подносы... Или расписывать шелковые платки.

Такой человек, в порыве увлечения накупивший материалов и создавший несколько примитивных, но радующих глаз вещичек, без клиента начинает чахнуть. Нет мотивации, чтобы делать еще и еще, развиваться, пробовать новое, экспериментировать.

Смотрит он на произведения других мастеров и понимает собственное (как автора) ничтожество. Кончается все тем, что желание творить пропадает. И очередное увлечение с коробкой купленного материала задвигается в шкаф подальше от разочарованных глаз.

Совет: продайте свою примитивщину!

Отдайте знакомой, пусть отнесет на работу, покажет в своем офисе... Какая-нибудь из ваших вещичек обязательно понравится, и купят, и даже талантом назовут, а вам приятно, и сразу мотивация появится и депрессия пройдет.

А если у этой знакомой на работе не купили, отдайте другой знакомой – коллективы разные.

Пробуйте разные пути. Поскольку неизвестно, какой путь – ваш.

Я участвовала в выставках, но поняла – это не мое. Отдавала бусы в разные руки, эти руки относили их к себе на работу и показывали

коллективам и подругам. Сменила несколько блогов и дневников в интернете. Останавливаться нельзя, продолжайте искать дальше.

Все в наших руках, поэтому их нельзя опускать.

Коко Шанель

Признание я нашла в ЖЖ, и многим его советовала, но ни один из этих дизайнеров не смог пережить равнодушия, с которым люди воспринимали его работы.

А кто сказал, что будет легко?

Равнодушие – тоже результат. Нельзя сбегать. Нужно пробовать что-то иное. Написать другую картину, сделать другую куклу, посмотреть, как позиционируют себя другие авторы в вашей категории, как они оформляют свои работы, где размещаются, где и каким образом рекламируют себя.

Учитесь на успехе других. НЕ бойтесь спросить у коллег совета, как улучшить ваши работы, где выгоднее их продавать. А опыт – сын ошибок трудных. Он же – и залог успеха.

К черту рекламные фирмы. Надо все делать самому, и стоит пробовать вообще все. Вероятно, нормальные мысли первый раз придут через три месяца. Но все никчемное надо делать, чтобы понять, что будет работать. Если у тебя все нормально с головой, в какой-то момент поймашь волну.

Из книги М. Котина «Чичваркин Е...гений»

Чтобы пережить неуспех, требуется завидная доля упрямства. Почитайте истории жизни великих людей, знаменитостей. Почти в каждой из них рассказывается о голодной, холодной жизни

с ночевками на вокзалах, об упорстве, с которым они продолжали стучаться в закрытые двери, об отчаянии и желании все бросить и решении все-таки не сдаваться.

В каждой из таких историй присутствует момент чуда. Когда, казалось бы, опробованы все средства и пора поворачивать назад, судьба подкидывает героям новую возможность. И этот шанс оказывается поворотным моментом, с которого начинается рост профессионализма, и в конечном счете приходит успех.

Эти истории правдивы. Как сказка про лягушку, упавшую в молоко, которая изо всех сил барахталась и сбила масло, а ее подруга, потеряв надежду, утонула.

Почему нужно обить столько порогов и столько раз предлагать продукт своего творчества тем, кому он не нужен? Особам горделивым это кажется унижением.

Таким людям сложно добиться успеха.

Творчество – вещь индивидуальная, творческий товар (звучит грубо, неутонченно, но мы говорим про творческий бизнес, поэтому у нас есть и творческий продукт) должен найти своего потребителя.

Это не массовый потребитель. Массовый потребитель нуждается в массовом товаре – туалетной бумаге и мыле. Потребитель творческого продукта очень немногочислен. Его нужно найти. Найти места его обитания. А ценителей именно вашего творческого продукта (вашего стиля, видения и мироощущения) и того меньше.

Возьмем альбом фотографий Мэрилин Монро. Начнем сначала, изучим фотографии серой, никому не известной и не нужной Нормы Джин Бейкер, фотографии периода, когда она еще работает на авиационном заводе, еще не блондинка и пробует фотографироваться за 5 долларов в час. Этот творческий продукт никому не нужен.

Такой период неуспеха необходим. Это творческий период поиска успешного продукта. Норма Джин Бейкер будет позировать, пока не найдет самую выгодную позу и выражение лица, наиболее выгодный ракурс. Пока не почувствует себя уверенной перед

камерой, и на последующих фотографиях мы увидим личность. А с ней харизму, шарм и сексуальность.

Тот, кто хочет видеть результаты своего труда немедленно, должен идти в сапожники.

Альберт Эйнштейн

Период неуспеха и творческого поиска продолжается, пока «лягушка» внутри вас не собьет из молока масло. Пока на съемочной площадке статистка Норма Джин Бейкер не сменит свое имя на Кэрол Линд, затем на Клэр Норман, Мэрилин Миллер и не остановится на звучном Мэрилин Монро.

Период неуспеха – кузница будущего успеха. Здесь я подразумеваю успех у публики.

В период неуспеха вы похожи на инопланетянина, который привез на Землю ящик семян растений с разных планет. Он пробует посадить их в нашу почву. Половина не прорастает, а то, что выросло, – или ужасного вида, или с невкусными плодами, и только некоторые понравятся землянам, а из них два-три будут культивироваться и выращиваться людьми.

Пробуйте, пока не найдете нужные зерна!

«Вам-то легко, а мне сложно!» Эти слова я слышу постоянно. На «сложно» всегда будет куча причин: и работа, и семья, и жизнь в далеком от столицы городе, где ничего нет (материалов) и никому не нужны авторские вещи.

Неудачников от удальцов всегда отличает одно: первые вязнут в том, **почему** они не могут, вторые думают, **как** это сделать. Как только вы измените свое мышление, сразу на ум придут и ответы. Приучите себя мыслить стандартом «как».

В одном из красивейших фильмов – «Фонтан» – есть примечательный диалог между героями Хью Джекмана и Рейчел

Вайс. Герои в их разновременных ипостасях повторяют этот диалог из раза в раз.

***Она:* Ты сделаешь это.**

***Он:* Но я не знаю, как это сделать!**

***Она:* Не знаешь – узнаешь.**

Это «узнаешь» относится к любому делу. Главное – начать. А потом со всех сторон посыплется нужная информация, потому что вы сосредоточитесь на деле.

Глава 10

Правильные вопросы

Сидя в офисе и мечтая заняться бизнесом по душе, человек боится, что:

- не сможет заработать хендмейдом;
- ему не видать пенсии;
- этим не прокормить семью;
- этого не поймет муж;
- этого не поймут родители, ведь престижное или не очень, но образование пущено по ветру;
- самому придется искать покупателей, а это унижительно;
- не будет возможности уделять должного внимания детям;
- вряд ли удастся сотворить что-либо достойное, потому как у других есть талант, а у меня навряд ли;
- опять придется долго учиться и платить за обучение;
- в квартирке не найдется места для работы.

И еще много-много всего другого (дополните список).

В предыдущих главах я поделилась с вами своим отношением к этим «страшным кочкам». Хочется ли вам узнать собственное мнение? Тогда задайте себе правильные вопросы:

- Что мне нужно сделать, чтобы заработать хендмейдом?
- Как мне обеспечить себя в старости?
- Каким образом я обеспечу хлеб моей семье, пока буду заниматься новым творческим проектом?
- Как поговорить с мужем, чтобы ему понравилась моя идея о профессиональном занятии хендмейдом?
- Каким образом построить разговор с родителями, чтобы они согласились с моим выбором?
- Как сделать так, чтобы покупатели сами заметили и нашли меня, сами контактировали со мной?

– Как сочетать хендмейд-бизнес и роль матери? Каким образом организовать свой день?

– Что необходимо предпринять, чтобы обогнать лидеров на выбранном поле?

– Как сэкономить на вложениях в дело?

– Где приобрести необходимые навыки? Как это сделать быстро, качественно и недорого?

– Где освободить место у себя дома для моей работы? Где вне дома я могу найти себе студию?

И так далее.

В конце этой книги есть разноцветные страницы, и вы можете задать себе правильный вопрос и подумать над ответом. Не спешите. Я понимаю, вам хочется побыстрее дочитать книгу, чтобы получить все ответы сразу. Но самые правильные и важные ответы находятся внутри вас. Поэтому, дорогой читатель, вот вам мое единственное задание: если вдруг посреди чтения какой-то главы вас осенит идея, придет в голову мысль, возникнет вопрос самому себе или появится решение – отвлекитесь, книга никуда от вас не денется. Доверьтесь своему внутреннему голосу, мы так часто не обращаем на него внимания!

Ведь внутри вас началась творческая работа, зреют решения, которые могут изменить вашу жизнь. Уважайте их, уважайте себя! Уделите время себе и своим ответам.

Часть II

Творческий продукт

Глава 1

От него зависит все!

В начале прошлого века у людей не было таких чудес цивилизации, как радио, телевизор или компьютер. Люди ценили общение, ходили друг к другу в гости, читали у камина романы вслух, музицировали и наслаждались поэзией. Художники были в чести. За неимением мелькающих телевизионных программ коллекционировали картины.

В былые времена Ксения Собчак собирала бы в своем салоне знаменитостей и иронизировала на потеху гостям, а сейчас она ведет корпоративы.

Чтобы в наше время стать популярным поэтом, требуется написать несколько песен-шлягеров, быть к тому же музыкантом и лучше – с собственной рок-группой.

Стать известным фотографом легче, чем известным живописцем, – благодаря журналам и интернету фотографии сегодня доступны огромной аудитории, людям их легче оценить.

Если руки тянутся к кистям и краскам, учтите: хорошо платят за то, что не увидишь по телевизору.

Вообще, выбор Творческого продукта определяет все. Именно от этого выбора зависит ваша дальнейшая судьба. Будет ли ваш творческий бизнес успешен или останется только на уровне хобби, сулит ли вам постоянных клиентов или каждый раз вашим покупателем будет новый человек, создание одного творения займет час или месяц...

Каждый выбирает хобби по душе, и если я напишу, что пошив сумок более прибылен, чем создание авторских открыток, это не должно существенно отразиться на вашем выборе. Почему? Потому что если вы любите открытки, а из практических соображений

выбираете сумки, на них вы не заработаете. Свое дело нужно любить.

Любя свое дело, вы готовы проводить за ним дни напролет, самосовершенствоваться, и никакие беды вам не страшны, любовь к делу проведет вас сквозь все неприятности. А занявшись делом не по душе (теми же сумками), вы окажетесь в первой же яме, поскольку вас обойдет конкурент – тот самый, который проводит за любимыми сумками дни и ночи, увлеченно обсуждает их с клиентами и готов пройти сквозь огонь и воду, оставаясь верным своему увлечению.

Каждому человеку нравится заниматься множеством дел, но в любимых и постоянных остаются те, которые соответствуют его характеру и образу жизни.

В подростковом возрасте я очень любила шить. Могла сшить себе зимнее пальто с теплой подкладкой и меховым воротником, карманами и манжетами, но при одном условии: я должна была сделать это за один день! Максимум, что позволяла себе, – это раскроить днем ранее. И с утра до вечера я строчила на машинке, без обеда и без чая... А все потому, что характер мой столь переменчив, что, не доделав работы до конца, на завтра я к этому занятию не вернулась бы. Закинула бы недошитое на антресоль, подальше с глаз, и не вспоминала бы ни о пальто, ни о деньгах, потраченных на ткань и пуговицы.

Украшения – дело, которое подходит моей натуре. Возникла идея, и через час бусы готовы.

И условия моей жизни соответствуют этому занятию, я легко могу выделить место для материалов, они занимают четыре полки в шкафу. А вот найти место под отдекупаженный комод в моей двухкомнатной квартирке было бы проблематично.

Удивительно спрашивать людей о том, как и почему они занимаются тем или иным творческим делом. Каждый раз создается впечатление, что не они выбрали его, а дело выбрало их.

Когда мой папа служил на Севере, вокруг всегда было множество офицерских детей, и у них всегда ломались игрушки. Папа чинил ребятишкам кукол, вырезал из дерева руку вместо оторванной или голову. А потом стал вырезать фигурки человечков – опять же для детей. Теперь он создает картины из дерева.

Неудивительно, что случайность часто более успешна и дальновидна, чем разумный выбор. Ведь такая случайность основана на спросе. Мой папа вырезал из дерева человеческие фигурки, и это занятие понравилось ему самому, и люди вокруг восхищались и хотели еще. Когда я впервые переделала магазинные бусы, их тут же купили, и именно это вдохновило меня продолжать. Такая случайность вселяет уверенность в своих силах и в том, что твое дело нужно людям, в том, что ты сможешь на нем заработать. Обретаешь главное на пути к любой цели – веру.

Другой вариант – когда человек кочует с курсов на курсы в поисках себя и своего призвания. Несомненно, он найдет дело по душе, но того толчка и поддержки, которое дает ощущение спроса, у него нет. Единственным вдохновением служат работы других мастеров, которые хвалят и покупают. Раз их хвалят и покупают, значит и мой продукт кто-то оценит и купит.

Но прежде чем всерьез заняться творческим бизнесом, нужно иметь в виду, что разные виды хендмейда обладают различным бизнес-потенциалом.

Чтобы заняться лэмпворком (создавать бусины из стекла), требуется пройти дорогой курс обучения, купить необходимое оборудование: горелку, газовый баллон и печь, где-то это оборудование разместить, например снять мастерскую, обеспечив ее хорошей вентиляцией, запастись стеклом и научиться прощать себе кучу дорогостоящего брака. Не каждый сможет быстро окупить эти вложения, встать на ноги и получать хорошую прибыль.

Другое дело – бисероплетение: вроде и вложений никаких не требуется (по сравнению с тем же лэмпворком), но попробуй потом свое изделие продать!

Одна из моих знакомых занимается росписью стекла и часто жалуется, что ее вещи не продаются. Если зайти на ее сайт, то можно увидеть несколько наборов расписанных бутылок, чашек, стаканов, в том числе свадебных. С таким продуктом трудно найти постоянных покупателей. Ведь кроме коллекционеров никому не потребуется иметь дома два (три, шесть) набора расписных стаканов. Что же касается свадебной тематики, тут действует такое правило: за одноразовую покупку готовы дорого заплатить. Праздничные платья стоят в десятки раз дороже обычной одежды, хотя затраты на их производство не так велики.

Если ваш творческий продукт рассчитан на одноразового покупателя, он должен стоить дорого. Вот витражи стоят дорого, и даже здесь возможны постоянные клиенты, которые желают оформить в определенном стиле свои загородные дома. Сарафанное радио разнесет весть о виртуозном витражисте по коттеджному поселку, и ему будет обеспечен хлеб.

Вообще, все, что связано с расписными кружками, вазами и подсвечниками, относится к подарочной тематике. В тему подарков попадают и декупажные доски, чайники, тарелки, коробки. Или открытки и фотоальбомы в технике скрапбукинг. Подарки – одноразовые покупки, здесь нет места постоянным клиентам. А значит – магазину автора требуется постоянный приток новых посетителей, автор должен задуматься о сотрудничестве – например, со свадебными салонами, если он создает бокалы для свадеб.

Трудно построить бизнес на изготовлении дешевых вещей. Даже если на вашу голову свалится большой заказ, например сто закладок для книг, сколько труда потребуется! А заработаете всего 100 долларов. Не легче ли создавать каждую вещь ценой в 100 долларов?

Да и глупо создавать авторские закладки для книг – в эпоху, когда все переходят на электронные носители, покетыбуки и айпады.

Вот мы и вернулись к теме «всех», то есть теме спроса. Именно спрос определяет, будет ли ваш творческий продукт приносить

достаточно прибыли.

Подарки тоже обладают разным бизнес-потенциалом. Одни пользуются неизменным спросом, они универсальны во все времена, о них знают все. Скажем, самыми распространенными являются цветы, бутылка шампанского, коробка конфет. И среди авторских подарков тоже есть свои категории популярности. И соответственно – рентабельности.

Я спросила человека незаинтересованного и далекого от хендмейда, своего мужа, – в чем, как он думает, разница между такими подарками: авторская игрушка, декупажная шкатулка или скрап-альбом для фотографий? Муж мне ответил, что о таких видах рукоделия, как декупаж и скрап, он вообще слышит в первый раз. И ему бы в голову даже мысль не пришла искать такой подарок, а игрушка – это элементарно и подходит всем.

Потом я стала спрашивать самих декупажников: бизнес это или не бизнес, можно на декупаже жить или нельзя? И вот десять декупажников подряд ответили мне – нет, нельзя: заработать на декупаже можно только в одном случае – вести курсы.

Потому что материалы дорогие, особенно заготовки, потому что сам процесс изготовления занимает несколько дней, потому что конкурентов пруд пруди, и сейчас почти что каждая домохозяйка может приклеить салфетку на блюдо, потому что сам продукт, на который тратится столько времени, стоит довольно дешево.

Как я была разочарована! Я была сбита с толку и не знала, что писать о декупаже в моей книге. Если бы не моя подруга, которая недавно влюбилась в декупаж и лазала по сайтам и блогам в поисках красивых работ. Получив ссылку на один магазинчик, я увидела галерею фотографий неземной красоты: короба и шкатулки, кувшины и миниатюрные ключницы, вешалки и старинные лампы... От всего веяло благородной стариной и достоинством, чувствовался стиль – и в работах, и в фотографиях, сделанных с особенной любовью.

Магазинчик принадлежал Марине Никулиной, и когда я ее попросила о консультации по вопросу «бизнес или не бизнес», она устроила настоящее совещание со своими коллегами по ремеслу: Людмилой Михайловской и Еленой Половинкиной. Декупаж однозначно может приносить неплохой доход, а как к этому прийти, вы сейчас узнаете.

Сразу оговорюсь, что Марина не ведет никаких курсов, ее мастер-классы появляются только на страницах журнала «Делаем сами». По профессии она преподаватель и много лет проработала в системе образования. Учебные планы, методики, отчеты, никому не нужная, но требуемая государством рутинная работа, нервы и маленькая зарплата – ничто из перечисленного не вдохновляло продолжать работать в системе.

Марина увлекалась фотографией и рукоделием, ей нравилось выставлять свои фотоработы на «Яндекс. Фотки». Там она увидела декупажные вещицы, а пообщавшись с мастерицей, отправилась по ее наводке на форум ручной работы. На форуме проходил декупажный конкурс на тему «Чай-кофе», Марина решила поучаствовать и сделала кофейник «Безумное чаепитие» с Алисой, Шляпником и Мартовским зайцем. Победа в этом конкурсе ее так вдохновила, что Марина, по ее словам, «уже не могла остановиться».

Ей всегда нравилась старина, винтажные вещи, нравилось коллекционировать подсвечники и старинные лампы, держать в руках серебряные щипчики для сахара или резные ножницы, пить чай из изящной фарфоровой чашки с медальоном... Бродить по блошиному рынку или оформлять прихожую потемневшими от времени ключами... И потому декор ее вещей всегда состаренный – Марина создает вещи, которые любит сама.

А любит она миниатюрные предметы и никогда не примется за декупаж мебели, лучше отправит заказчика к мастерам, которые мебель расписывают. Не декорирует и часы, механизмы для которых в основном китайские, быстро ломающиеся. Ей просто стыдно продавать недолговечные вещи. Устранив из своей работы

некачественные материалы, ориентируясь на свой вкус и выбрав любимое направление, эта мастерица выработала узнаваемый стиль.

В детстве Марина ходила в художественную школу и любила натюрморты, а будучи уже взрослой, их фотографировала, правда, на «мыльницу». Профессионального фотоаппарата у нее нет и сейчас, Марина не пользуется фотошопом, но боже, какие у нее фотографии! Это живые натюрморты!

Раньше Марина фотографировала свои работы на листе ватмана, но как-то принесла с улицы старые доски и устроила на балконе фотоуголок. Ее декупажные вещи так замечательно вписались в деревянный состаренный «интерьер»! А фотосъемка при естественном освещении, днем, дала ощущение натуральности, живости.

Винтажный «натюрморт» Марины полон деталей, она собирает шишки, зернышки, сушит травы, может купить катушку ниток и других мелочей специально для съемки. Везде, где бы она ни была, ищет те самые детали, которые оживят ее фотополотно. Старинное кружево, пробки от вина, перепелиные яички, палочки корицы, свернутый трубочкой папирус или живой клевер...

И детали на ее фотографиях часто появляются не просто так. Они намекают посетителю ее магазинчика, как можно использовать данную вещь. Кусочки сахара, зернышки кофе, клубки шерсти – все это требует маленьких хранилищ, так почему бы не приобрести для них необычный «дом», не завести на своей кухне такой подходящий короб или корзинку?

И клиенты Марины, по фотографиям улавливая эту любовь, покупают ее творения не в подарок, а для себя. Поэтому у Марины полно постоянных покупателей. Среди них много обеспеченных людей, которые любят путешествовать, а побывав в Бельгии или Провансе, с удивлением обнаруживают, что и в России создают вещи, которые пользуются там популярностью. И часто эти вещи не хуже, а лучше: сотворенные с душой и трепетом, они подчас и стоят намного дешевле.

Чтобы заработать декупажем, нужно создавать достаточно много работ за короткое время. Можно параллельно делать несколько, одновременно грунтовать или покрывать лаком. Часто обновлять свой магазин – чтобы посетители сайта видели новинки. Нужно искать мастера, производящего заготовки, и закупать его изделия оптом – тогда можно выиграть в деньгах. Это существенно дешевле, нежели покупать заготовки в магазинах для рукодельников. А качество – гарантировано.

Несмотря на свою производительность, Марина занимается непосредственно изготовлением не так много времени. Ненужной суеты с куплей-продажей помогает избежать муж, который, отправляясь в офис, берет работы Марины для передачи клиентам – те просто заезжают к нему на работу. Видя в своих руках живые деньги, которые приносит дело жены, муж никогда свою жену-мастерицу не осудит за ее «творческое баловство» и «прожигание времени».

А тем временем Марина полна планов и идей. Например, к сентябрю сделать серию подарков для учителей. Чтобы родители несли не тривиальную коробку конфет, а могли положить те же конфетки в красивый короб, оформленный хризантемами или белочками. И непременно на фотографии короба с белочками появятся конфеты «Белочка», маленький намек, помогающий покупателю понять, для чего же создана эта вещь, как ее можно использовать. Она не просто красива, она нужна – просто на это нужно намекнуть...

Глава 2

Создатель счастья

Человек, приобретая ваш творческий продукт, на самом деле покупает не конкретную вещь (если речь идет о материальном объекте) или процесс (праздник, книга и т. д.). Человек всегда покупает особое эмоциональное состояние, которое он испытает, когда у него будет эта вещь или когда он будет смотреть, например, фильм.

Женщина, покупая у дизайнера эксклюзивное платье, на самом деле приобретает эмоциональное состояние: что она прекрасна, она одна такая, ей все завидуют и все мужчины – ее, настолько у нее поднимается самооценка.

Если человек покупает детектив, он получает несколько часов особого состояния, когда вместе с персонажами разгадывает загадку преступления, и это состояние позволяет забыть о собственной тривиальной жизни.

Соответственно, ваш продукт будет пользоваться спросом настолько, насколько клиент удовлетворится эмоциональным состоянием, которое вызывает ваш продукт.

Покупка должна стать приключением.

У человека должно остаться что-то еще, кроме товара.

Ни за что в нашем урбанистическом мире человек не готов платить больше, чем за впечатления.

Потому что дом – метро – работа – метро – дом. Это достает.

Евгений Чичваркин. Из книги М. Котина

Прежде подумайте и определите для себя, что лично у вас вызывает такое счастливое состояние, которое хочется пережить вновь и вновь.

Мужчине хочется быть привлекательным для женщин, поэтому состояние привлекательности дают ему такие атрибуты, как крутая машина и престижная работа. Ему хочется быть крутым в глазах других мужчин, и это ощущение дает ему красивая молодая женщина рядом.

Если вы мужчина-творец и создаете творческий продукт для мужчин, вам проще определить те эмоциональные состояния, которые хотел бы испытать ваш клиент-мужчина. Если же женщина создает творческий продукт для мужчин, неплохо бы ей ознакомиться с мужской психологией, узнать, что для мужчин важно, и попробовать создать продукт, ориентированный на мужские ценности.

Женщина хочет быть любимой, мечтает создать семью, иметь уютное гнездо, детей. Поэтому если ваш продукт позволяет ей себя такой почувствовать или хотя бы поверить, что в скором времени у нее все сбудется, значит вы попали в точку и будете востребованы.

Я создаю украшения для женщин и интуитивно следую тому эмоциональному состоянию, которое бы хотела сама получить от украшения. Часто я создаю даже не украшение, а талисман, воплощающий те или иные женские чаяния.

На зарубежных сайтах, где я покупаю бусины и фурнитуру, нередко такие объекты, как сердце с дырой, черепа, скелеты. Я не использую подобные составляющие, поскольку не хочу, чтобы мои творения вызывали у клиенток (даже подсознательно) чувство одиночества и тоски, мысли о смерти или несвободе.

Возьмем, к примеру, передачу «Квартирный вопрос». Каждый раз дизайнер должен создать интерьер, в котором хозяева будут счастливы. При этом он не слушает то, что говорят хозяева в начале передачи. И стелет толстый белый ковролин под плинтус, хотя в доме есть кошка и собака. Большая семья, а в комнате ни одного шкафа под одежду.

Но сама передача – образец прекрасного творческого продукта, столько лет люди смотрят ее – она дает им то самое ощущение

счастья и волшебства. И оно важнее мелочей.

По большому счету, вы создаете счастье. Будьте волшебником!

Недавно беседовала с моей подругой, несколько лет назад она переехала в Новую Зеландию. Я люблю путешествовать, люблю порасспрашивать, представить себя в неведомых краях... Но по ходу разговора поняла, что жить именно в Новой Зеландии мне бы не хотелось.

Негде там развернуться творческому человеку! Женщины за собой не ухаживают, косметикой не пользуются, одеваются кое-как, потому что в отличие от России там встречают не по одежке, а видят в человеке личность. Там не наполняют дома интересными предметами, это не кажется новозеландцам важным. И конечно, украшений не носят. Скукота!

Поэтому Россия, с нашей привычкой встречать по одежке, нашим стремлением выделиться из толпы, любовью к необычным штуковинам, желанием потратить кучу денег на себя любимую – страна, созданная для дизайнеров!

К тому же жизнь в городе полна стрессов, и каждому нужна отдушина. Люди покупают себе «игрушки», отвлекаясь тем самым от проблем. Картина на стене, связанный вручную шарф, особая косметика с натуральными компонентами – все эти вещи нужны для того, чтобы мы хоть на миг оказались в гармонии с самим собой. Очутились в каком-то ином мире, добром, светлом, красивом, волшебном, подальше от реального...

Авторские вещи – это терапия для современного человека.

Когда я создаю музыку, я всегда надеюсь, что она подарит радость многим людям.

Если так получается, я очень счастлив.

Дарить радость – вот что делает меня счастливым.

Майкл Джексон

Глава 3

Ниша

Если вы мечетесь от одного хобби к другому,

Я еще и на машинке вышивать умею...

Кот Матроскин

вам вряд ли удастся достичь успеха. То есть если вы одновременно занимаетесь бисероплетением, шьете кукол, варите мыло, а еще вам очень хочется купить горелку, специальную печь и заняться лэмпворком, то я вам говорю: забудьте об успехе и деньгах. Просто наслаждайтесь вашими увлечениями, они разнообразят вашу жизнь.

Такие люди не могут остановиться, им кажется, что если посвятить себя чему-то одному, то они упустят что-то другое, важное, а жизнь коротка, и нужно успеть попробовать все. Здесь поможет только работа с психологом.

Моя знакомая создает множество творческих продуктов: плетет украшения, варит мыло и сама делает косметику, а еще собирается стать художником по ногтям. Когда мы выясняли причину быстрой смены ее увлечений, оказалось, что она элементарно боится смерти – любой застой или концентрация на одном виде деятельности порождает у нее страх: «И что, это все? Больше ничего не будет? Только мыловарение до конца дней?»

Признаюсь, я сама такая же. Это совершенно в моей натуре: очароваться новой интересной деятельностью, где смогу проявить свои «непроявленные» таланты, собрать урожай восхищений, а потом легко забросить и начать «рыть землю» с энергией быка и строить новый волшебный замок.

Даже мои пребывания в офисах следовали той же схеме: все узнать, освоить, всех очаровать, всему научиться, стать лучшей, необходимой... и через три месяца не понимать, почему специалисту моей категории, моего опыта, знаний, умений платят такие гроши?! Становилось ясно, что больше ничего от этого места я не получу ни в плане денег, ни в плане опыта. И с этого самого дня я медленно начинала двигаться к «скоропостижному» увольнению по собственному желанию.

Когда я начала писать эту книгу, идеи сыпались из моей головы, только успевай записывать. Я погрузилась в свое новое творение, и украшения меня почти не волновали. Но в какой-то момент осознала, что когда книга будет написана, от моего собственного творческого бизнеса не останется и следа. Поэтому отложила ее, чтобы прояснить, сколько же времени могу посвящать ей без вреда для своего основного дела.

Всю мою жизнь я переключалась с одного увлечения на другое и в каждом достигала заметных успехов, но ненадолго. В результате успешной себя не ощущала и постоянного заработка не имела.

Когда человек пытается совместить сразу несколько творческих дел, он не сможет достичь в своих работах качественного уровня, не сможет стать профессионалом, сколько-нибудь заметной личностью в своей области. Он везде останется максимум середнячком.

Второй тип людей напоминает шопоголиков, их каждый раз манит «новое». Теперешняя деятельность кажется такому человеку известной и скучной, а в новом увлечении его ждет новая жизнь, новые ситуации, новые люди, новое приложение его способностей, новые творения и новый он сам! Он гонится за впечатлениями, как Дон Жуан за новой любовью. И каждый раз доказывает самому себе собственную пригодность.

Выбери одно!

Поверь, и в одном Деле тебя ожидают новые ситуации, новые люди, новые свершения и новый ты. Чем размениваться по мелочам, лучше сотворить один, но заметный Проект.

Чтобы стать успешным, нужно сконцентрироваться.

Я знаю многих дизайнеров, которые и в одном деле умудряются братья сразу за все.

Если умеют шить, то шьют подушки, игрушки, сумки, шляпы и т. д., – в их ассортименте и покупателю-то непросто разобраться. Главное, такой дизайнер не сможет создать стоящую интересную вещь в каждой категории, не сможет отточить свое мастерство. И не предоставит достойный выбор ценителю диванных подушек, равно как и ценителю авторских игрушек. Такой подход к делу обречен на неуспех.

Людей не привлекают обычные вещи, их привлекает уникальность. Если автор тешит свое самолюбие тем, что он мастер на все руки, он единственный, кого эта мысль по-настоящему греет.

Ему, как актеру, который растворяется до неузнаваемости в каждой сыгранной им роли, никогда не стать звездой. Да, кто-нибудь и играет лучше, чем Шварценеггер, но он навсегда останется на вторых ролях, растворившись во всех персонажах, которых он может изобразить...

Чтобы стать звездой – нужно сузить область применения своих талантов.

Есть философская проза, мы прибавляем к ней немного «любовей», пару-тройку преступлений, немного экзотики...

Нет, не едят это варево... Причина – нарушена чистота жанра.

Николай Басов, «Как написать роман...»

Если автор пытается охватить как можно бóльшую аудиторию, буквально гонится за покупателем, желает угодить всем – он теряет лицо, собственный стиль. И, кстати, сильно теряет в доходе.

Пожалуй, расскажу вам сказку про Жадного и Суетливого Дизайнера. И даже возьму близкую мне тему – бижутерную, хотя подобный персонаж водится в различных сферах хендмейда.

Жил-был человек, который решил стать дизайнером украшений: купил дорогое оборудование для лэмпворка, стал пополнять запасы стекла, фурнитуры. Но тут в сказочном королевстве (раз уж это сказка) в моду вошли камни. Как же Дизайнер упустит часть аудитории, которая любит камни? Он закупается камнями. По полной! К тому же они такие красивые!..

Сотворив несколько украшений из камней, Дизайнер понимает: чтобы продолжать, он должен вкладываться в камни еще и еще... А стекло? Старые клиенты ждут стекла. Впопыхах Дизайнер садится за горелку. Начинается суета... враг наш.

Между делом Дизайнеру часто пишут некие почитатели, что хотели бы видеть в его коллекции браслеты. Почитатели обещают, что тогда всенепременно станут его клиентами. Дизайнер начинает делать браслеты.

В это время в сказочном королевстве у конкурента на ура идут длинные подвески. «Ага!» – решает Дизайнер и срочно вводит в ассортимент длинные подвески, закупает для них цепочки, фигурки.

И тут к Дизайнеру в магазин заглядывает Покупатель. Что же он видит?

Немыслимое разнообразие! В каждой категории (броши, например) максимум по два предмета, выбирать не из чего, глаза перескакивают с лэмпворка на камни, с бус на заколки... б-р-р-р...

Если это постоянный покупатель лэмпворка, он не может найти то, к чему он привык, поскольку Дизайнер перешел на длинные подвески, браслеты и камни.

Клиент-новичок, требовавший браслетов, тоже не может выбрать из пары-тройки штук и отправляется к мастеру, который специализируется именно на браслетах и у которого огромный их выбор.

В итоге Дизайнер остается ни с чем, точнее – с огромной дырой в бюджете. Собирает свой скарб и уматывает из королевства. Сказочке конец.

Вся эта суета происходит от элементарного страха оказаться ненужным. Человек боится, что одна идея может «не прокатить», и пытается обезопасить себя, на всякий случай придумывает еще десяток идей, которые уж точно понравятся людям.

Только ремесленник пытается «окучить» как можно большее количество народу, предлагая все услуги сразу.

Успешный же дизайнер так себя не ведет. У него есть свой сегмент покупателей, с которым он работает и чьи интересы удовлетворяет. И в этом сегменте он творит чудеса! Там он король и волшебник!

Глава 4

Уникальность

Чтобы стать интересным публике, вы должны предложить уникальный продукт и уникального себя.

Мне думается, что самое интересное в искусстве – личность художника, и если она оригинальна, то я готов простить ему тысячи ошибок.

Сомерсет Моэм

Вам следует отделиться ото всех – по стилю, почерку, манере, подаче себя и своих изделий. Быть единственным в своем роде. Вся ваша творческая деятельность должна быть направлена на обособление.

Каждый человек уникален. Чтобы создать уникальный продукт, нужно проявить свою человеческую уникальность. В чем же может заключаться ваша уникальность?

Во всем! В вашей внешности, личной истории, образе жизни, достоинствах и недостатках. Особенно – в вашем понимании красоты. Каждый человек по-разному понимает красоту. Кто-то любит яркие краски, кто-то пастельные тона, кто-то ценит классику, а кто-то лаконичный хай-тек.

Кстати, понятие красоты очень зависимо от спроса. Если все вокруг желают какую-то вещь, с течением времени она и вам покажется красивой, это психология.

С чего начинают многие авторы?

С подражания. Ничего плохого в этом нет.

Например, ваша подруга «заколачивает» (как вам кажется) кучу денег таким легким (опять же – как вам кажется) способом – вяжет на машинке! Вы тут же бежите на курсы, покупаете машинку, пряжу,

регистраетесь на интернет-портале для мастеров, копируете связанные подругой вещи – и ждете успеха и быстрой прибыли.

А прибыли нет. Почему? Потому что это не ваше, это не имеет отношения к творчеству. Вы думали только о деньгах, но не о себе. Что вам самой интересно? Что вы сами любите? Что вы сами хотели бы купить из того, чего нет в магазинах?

Без любви к своему делу вы привлечь людей не сможете. Если вам самой оно не нужно, как вы покажете людям, что это нужно им?

Чтобы оставаться незаменимой, не надо походить на других.

Коко Шанель

Когда у твоего друга что-то хорошо получается, это очень сильно мотивирует заняться тем же. Есть живой пример – не так это дело и сложно! Первому в это приключение пускаться страшно, а когда есть пример, можно и пойти той же самой тропой.

На написание этой книги меня вдохновила моя подруга Юлия Даниленко. Юлия замечательный коуч (тренер личностного роста), я очень благодарна судьбе, что попала к ней на курс, ее тренинги информативны, искренни, полны примеров из практики.

Долгое время Юлия хотела обобщить свои знания в книге, но оказалось, она не в ладах с письменным словом. На бумаге Юлия не могла связать и пары фраз. Зная, что когда-то я строчила романы, первую главу своей книги Юлия отдала мне на редактуру.

Это был не текст, а набор тезисов. Мне предстоял адский труд, пришлось бы не редактировать, а писать книгу, исходя из кучи понятий и фактов. И я отказалась быть редактором.

Через два года я узнала, что Юлия Даниленко все же написала книгу о коучинге. Моему удивлению и восхищению не было предела. Хотя чему удивляться, потому Юлия и тренер, что знает и может научить, как добиваться своих целей. К слову, сейчас она выпустила уже две книги.

Если Юля, которая не дружила с пером и бумагой, смогла это, то мне, у которой фразы вылетают с клавиатуры со скоростью звука, стыдно не взяться за свой трактат!

Но я стала писать книгу не о психологии и коучинге, хотя у меня есть диплом коуча, а о том, о чем мне самой хотелось бы почитать. Работа над книгой захватывала: я читала нужную литературу, расспрашивала людей и сама училась.

Творческий бизнес тем и хорош, что вы имеете возможность отдыхать во время работы. Потому что творчество – это создание чего-то нового, а результат похож на только что появившееся на свет дитя – удивляет вас и радует, это такое удовольствие! Зачем же лишаться его, обрекая себя снова и снова на тяжелую работу? Ведь делать вещи без души – муторная работенка.

Если разум у вас превалирует над сердцем, вспомните себя ребенком. Что вы делали с удовольствием, о чем мечтали, какие вещи нравились? И сохраните это ощущение в себе, тогда вы быстрее найдете верный путь.

Поверьте мне, все настоящие авторы-творцы – дети в душе! И только поэтому в их незамутненную «разумными» доводами чистую голову приходят замечательные идеи. Потому что все они Иваны-дураки, идут своей интересной, сложной для понимания остальных тропой.

В понятие «уникальный продукт» входит и **способ его подачи**. То, как выглядит ваш сайт/магазин, как вы представляете свои изделия.

Вы можете выбрать уникальный способ подачи, который характеризовал бы (на невербальном уровне) вашу личность, вкусы. Сделайте страницу в интернете, магазинчик или павильон на выставке таким, в какой бы вам самой захотелось зайти, побыть там, ощутить атмосферу и обязательно что-то купить! Таким, чтобы хотелось возвращаться туда снова и снова...

Прежде чем начинать копировать способ подачи автора, который служит для вас образцом, подумайте, сколько усилий на это уйдет.

Если вам хочется презентовать свои вещи на себе, кто и как часто сможет вас фотографировать, станет ли такая подача вашего творческого продукта постоянной? Будет ли такая демонстрация привлекательной для покупателя? Может, вы не столь фотогеничны, и это скажется на впечатлении от вашего творения.

Не усложняйте себе задачу.

Стиль подачи своих работ не требует от популярных авторов особенных затрат времени и труда, он вытекает из образа их жизни.

Например, бисерный художник Гузель Бакеева часто демонстрирует свои изделия на красивых девушках-моделях. Модели одеты в подобранную по стилю одежду, профессионально сфотографированы в соответствующих интерьерах. Такой демонстрации позавидует любой!

А весь фокус в том, что бисерные украшения Гузели в интернете увидела руководитель студии авторских корсетов. И предложила участвовать со своими изделиями в «корсетных» фотосессиях. Так появились на свет красивые фотографии на красивых девушках. И они не потребовали от автора особенных усилий.

Оля Лукьянцева прекрасно рисует, оформляет не только свой сайт, но и упаковку для своих авторских аксессуаров. Ее стиль – рисованные девочки, именно они – ее модели. Оля просто рисует, как на модели выглядит аксессуар. Такая презентация оригинальна и рассчитана на нужную публику – молодых девчонок, которые только-только «выросли» из мультиков.

Немного позже я расскажу вам о кукольнике Ирине Горюновой, а сейчас просто отмечу, что все восхищаются оформлением ее выставочных павильонов. Говорят, что попадаешь в атмосферу сказки и волшебства. Это заслуга ее мужа – архитектора.

Ольга Петрова открыла свою Школу лепки на Старом Арбате – это круто, престижно. Но особых усилий от Оли не потребовалось, она всю жизнь жила рядом, на Смоленке, и арбатские переулки знала как свои пять пальцев – где же еще было искать помещение?

Каждый человек – особенный, и любой может найти свой неповторимый, легкий для исполнения стиль подачи. Привлекайте к этому делу родных и друзей, часто именно благодаря другим людям появляются возможности продемонстрировать свой продукт особым образом. Близкие вам люди хорошо знают вас и ваши творения, они могут посоветовать интересное решение. Главное, чтобы оно было несложным в реализации.

Глава 5

Псевдоним

Подавляющее большинство людей очень консервативно в выборе имен для своих детей. Одинаковых имен много, однотипных фамилий – пруд пруди. Чтобы не потеряться среди авторов с одинаковыми фамилиями, не стать десятой по счету «Екатериной Смирновой», творческие люди подходят и к этому вопросу с креативом.

Некоторые, правда, перебарщивают. Например, пишут свои имена и фамилии по-английски: Smirnova Ekaterina, и глаза возможных покупателей спотыкаются об эти буквы, пытаюсь разобрать, перевести и запомнить написанное.

Истина в том, что покупатель очень ленив. Сделать дополнительные пару шагов в сторону для него невероятно трудно.

Вспоминается мое собственное выставочное прошлое. В первый раз, когда я выставяла свои работы, мой стенд поместили чуточку в стороне от общего круга выставочных столов. И посетители проходили мимо, следуя общему логическому кругу. Сделать шаг в сторону было выше их сил.

Поэтому доносить свой творческий продукт до покупателя нужно наиболее простым, понятным для него способом. В этом может помочь запоминающийся псевдоним.

Многие авторы зовутся старинными именами – Акулиной, например. Имя-то очень редкое и потому наверняка запоминающееся! Так вот, таких «оригинальных» Акулин в интернет-пространстве хватает, равно как и Аполлинаруй, и Аид, и Агнесс (я проштудировала только букву А).

Скажу честно, мне не нравится, когда автор фантазирует не с псевдонимом, а с названием, изображая что-нибудь вроде *la valet*, «Мармелад» или «Кошка, которая гуляет сама по себе». Пытаюсь

придать имени французский шик или прятаться за ярким образом, вы тем самым отдаляете от покупателя. Он не понимает, с кем имеет дело. Кто этот *la valet*: мужчина, женщина? Сразу возникает уйма вопросов, всякий раз нужно с покупателем знакомиться, представляться, это потеря времени и потеря особо ленивых, но вежливых покупателей, которым неохота спрашивать, как вас зовут, а общаться с безымянным «Никто» воспитание не позволяет. А будут еще покупатели, которые ранее уже имели дело с вами, но забыли ваше настоящее имя. Им прикажете снова его спрашивать?

Пытаются придать себе солидности и авторы, назвавшие творческой мастерской или дизайн-студией. Такой мастерской и студии обычно присваивается название, что-то вроде творческая мастерская «Луна». Про что это, чем, собственно, занимается эта «Луна»? Из названия совершенно непонятно, никакой информации для покупателя оно не несет.

Бывает, бродишь по сайту «Ярмарки мастеров», и в игрушках обязательно наткнешься на дизайн-студию, и декупажем аж целая творческая мастерская занимается, не говоря уже о мыле и открытках!

А как вам название «Мир творчества»? Или «Мир удивительных открытий»? Или «Мир вашему дому»? Какой банальщины только не найдешь. И удивишься, что «Мир творчества», оказывается, вяжет! Вообще забудьте слово «мир», каких только «миров» в последнее время я не перевидала! Если куклы, значит есть и «Мир кукол», если шерсть, значит и «Мир шерсти» тут как тут. Кстати, «Галактика шерсти» или «Вселенная шерсти» менее распространены.

Если придумывать название, то такое, чтобы стало понятно, чем вы занимаетесь. Пусть это будет марка! Мне нравятся такие: «Стекольный заводик» – стеклянные абажуры, «Теплая зима» – варежки, «Мамино платье» – платья для девочек.

Следует избегать неоднозначных названий. «Даму червей» воспримут не только как романтичный образ, но как женщину,

повелевающую противными червями. А псевдоним «Небезразличная», который я встретила среди авторов игрушек, заставит многих пройти мимо. Любой психолог скажет, что подсознательно любое отрицание с «не» трансформируется в голове человека, и он читает «безразличная». А вот «радушную», «душевную», «добросердечную» воспримут однозначно.

Почему авторы придумывают себе броские названия? Потому что хотят выглядеть маркой, крутой и солидной. Но ведь ценители именно авторской работы ищут самих авторов, живых людей, у которых есть главное – руки, которыми они создают свои творения. Здесь ценится ручной труд и самобытное видение живого человека. Потому как безличных и неодушевленных фирм, швейных мастерских и фабрик вокруг полно – и от них никто никакого авторства не ждет.

Почему все известные дизайнеры оставляют имена и фамилии? Почему их имена становятся маркой? Почему Шанель, Карл Лагерфельд, Джорджио Армани не придумали себе какие-то броские названия типа «Черный кот», «Дама пик» или «Мир платьев»? Потому что ценится именно живой дизайнер – человек! И в нашей стране это уже становится понятным. Потому и Кира Пластинина, и Алена Ахмадуллина, и другие работают под именами и фамилиями, а не под какой-то фальшивой маркой.

Поэтому, если хотите придумать себе псевдоним, пусть это будет классический псевдоним, как у писателей, киноактеров, известных дизайнеров, состоящий из имени и фамилии. Вы станете покупателю ближе и доступнее, он сразу поймет, что имеет дело с уникальным автором.

Советую оставить свое настоящее имя. Почему? Потому что иначе вы запутаете покупателя. На визитках вы Майя, а в реальной жизни – Екатерина. Он будет обращаться к вам «Майя», каждый раз вы будете его поправлять и объяснять?

А вот про фамилию свою мы забудем и сочиним себе новую!

Самое важное при выборе псевдонима – сделать его запоминающимся. Только для этого мы его и сочиняем – чтобы покупатель сразу запомнил ваше имя, легко нашел вас в интернете, подсказал по памяти друзьям.

Существует известная техника по созданию такой запоминающейся фамилии. В ней нужно постараться обыграть звуки вашего имени. Приведу несколько примеров, выделив повторяющиеся звуки или просто яркие созвучия:

Мэрилин – Монро

Дима – Билан

Евгений – Онегин

Грета – Гарбо

Скарлетт – О’Хара

Руслан и Людмила

Анджелина – Джоли

Такие сочетания произносятся на одном дыхании, журчат, словно ручей, и остаются в нашей памяти.

Занятие это очень творческое и интересное.

Помню, как мы придумывали псевдоним для Елены Кузнецовой, моей подруги, обыгрывали имя Елена и так и сяк. И ее маленькая

дочка, листая словарь на букву Л, выдала не в бровь, а в глаз: Елена Ленивая! Мы долго смеялись.

Новая фамилия должна нести светлый положительный заряд, вызывать положительные ассоциации, чтобы покупатель заранее проникся к вам доверием и захотел познакомиться поближе.

И конечно, псевдоним должен нравиться вам, ведь это ваше второе имя, ваше второе Я! И если оно будет эффектным, а ваши творения окажутся в сравнении с именем серыми и прозаичными, придется поднапрячься. Новое имя должно соответствовать вашему творческому продукту.

Есть авторы с яркими псевдонимами, завидую им белой завистью. В их псевдонимах нет ни капли банальности, и главное – они отражают суть занятия. А потому воспринимаются как марка. Анна Сердолика – автор украшений из натуральных камней. Анна Сатурния – мастер лэмпворка, ведь каждая бусина лэмпворк – это маленькая планета. Юлия Карманова вяжет маленьких зверят, которые умещаются на ладошке или в кармане.

Не создавайте пусть нарицательных, но банальных псевдонимов вроде Игрушечной, Мыльной, Кукольной, Бусиковой, Сувенирной. Пофантазируйте!

Ну а всем тем, кто, как я, остался с родными фамилиями, хочу сказать следующее. Не имя приносит художнику успех, а оригинальные удивительные вещи, которые он творит. Пусть вы Маша Иванова, если вы необыкновенный автор, вашу фамилию все равно запомнят, будут передавать из уст в уста, найдут в любом интернет-закоулке и сделают из нее марку!

Глава 6

С талантливыми авторами это случается

Я говорю о плагиате.

Бывает так, что неопытный мастер, еще не обретший собственного стиля, подражает зрелому успешному автору. Новичку хочется создать такую же красивую работу. Этот человек еще только учится, учится у мастера, и, копируя его приемы, постигает азы. Это можно простить. Начинающий мастер или со временем найдет свой стиль, свое лицо, или так и будет довольствоваться «объедками» с чужого творческого стола.

Ученик никогда не превзойдет учителя, если видит в нем образец, а не соперника.

Виссарион Белинский

Второй случай – когда твою вещь копирует опытный автор, это неприятно вдвойне. Утешить может то, что плагиатор считает тебя успешнее, лучше и рассчитывает получить кусочек твоей славы или дохода.

Такой человек заведомо менее талантлив, поскольку идет проторенной безопасной тропой, не ищет новых путей. Не экспериментируя, не рискуя сделать работу, к которой публика может оказаться равнодушна, он копирует твои топовые модели. Ему предопределена неуспешная участь и сознание своей второстепенности.

Если идти по чужим следам, то твоих следов не будет видно.

Есть третий тип свободных художников, которые берут твои идеи на заметку и реализуют их в своих произведениях. Но идеи эти они творчески перерабатывают и в итоге производят совершенно новый продукт, в собственном стиле. Таких людей можно уважать, они никогда не позволят себе откровенного копирования.

Многие из моих клиенток – женщины творческие. Кто-то вяжет, кто-то делает кукол. Мне всегда интересно поговорить с ними о том, как развивается их дело.

Валентина расписывает стекло, создает необычные рисунки на бокалах, делает роспись под старину, витражи. Еще Валентина успешный преподаватель, она постоянно ведет мастер-классы, но при каждой нашей встрече удивляется, каким образом у меня *получается продавать* свои работы через ЖЖ. Она пытается найти клиентов на выставках, предлагает свои услуги через архитектурные агентства (роспись зеркал и больших стеклянных поверхностей). Пока дела идут «не очень».

Я спросила, почему она не выставляет свои работы в интернете. И получила ответ:

– Чтобы расписать стекло, практически ничего не требуется, только купить набор красок – такой набор продается в каждой художественной лавке. Единственное, чем дорого мое творчество, – идеи. У людей с идеями туго, они привыкли к готовым шаблонам. В интернете мою идею легко скопировать. Чем люди, знакомые с техникой росписи, часто и занимаются.

Валентина боится выкладывать свои работы в интернет, тем самым сужает круг лиц, которые могут узнать о ней.

Когда я принимала участие в выставках или просто посещала их в качестве зрителя, не раз сталкивалась с авторами, которые принципиально не выкладывают в интернет свои работы, опасаясь плагиата. Самое интересное, что таких много среди авторов бижутерии, и на выставке я ничего интересного в их изделиях не нашла – никаких идей, достойных воровства! Многие себя явно переоценивают.

С другой стороны, интернет как раз стимулирует автора создавать вещи, интересные публике своей неординарностью. Иначе он просто затеряется в толпе себе подобных.

Вернемся к истории Валентины. Меня не отпускала мысль, что своим страхом она не дает себе стать популярным автором. Я зашла в ее блог. И увидела, что он ориентирован исключительно на мастер-классы, вообще не предполагает продажу изделий, пополняется от случая к случаю, а потому никогда не обзаведется подписчиками-клиентами. Они просто не будут в курсе появления новых изделий в коллекции автора, и как следствие – не заинтересуются ее творчеством.

Другое дело, когда из журнала становится видно, как активно идут у автора продажи, что его коллекция постоянно пополняется, появляются новинки, что журнал – живой.

Предположим, что Валентина будет выкладывать свои работы и у нее появятся плагиаторы... Во-первых, они появятся только тогда, когда станут уверены в абсолютном успехе Валентины у публики. Плагиатор завидует успеху другого и пытается на опробованном материале стать успешным.

Во-вторых, создать свой бизнес на плагиате не так-то легко. О, скольких людей нужно привлечь!

В-третьих, постоянно копировать чужие идеи – реальный нетворческий труд... Только ремесленник может это выдержать. А автор тем временем плодит и плодит новое. Как плагиатору угнаться за ним?

Глава 7

Харизма

Понятие «уникальный продукт» включает в себя не только сам продукт и способ его подачи. Третий момент вашей неповторимости проявляется при личном общении с покупателями. Если у вас есть харизма, ваш бизнес станет успешным, к вам потянутся люди. Если же у вас в личном общении с людьми возникают трудности, трудно будет и добиться успеха. Почему?

Так или иначе, на купленные у вас вещи накладывается впечатление от вас. Вещь – носитель вашей энергетики, вашего настроения. Ваш образ будет всегда всплывать в памяти при взгляде на ваше изделие. И чем больше вы ему понравитесь, тем он больше будет ценить купленную у вас вещь. А чем меньше – тем быстрее он захочет от нее избавиться, подарить кому-нибудь.

Чем вы успешнее в жизни, тем больше нравятся ваши вещи, потому что несут в себе ваш образ успешности. Если вы несчастливая в любви авторесса, и клиентка об этом узнает, ваши изделия вызовут у нее и соответствующие ассоциации. Поэтому у счастливых авторов клиентов больше! Им есть чем поделиться с другими. А счастье нужно всем!

Как стать харизматичной личностью? Не быть таким, как все, не идти за толпой. Удивлять других! Делать то, что хочется, достигать того, чего желается, осуществлять **свои** мечты. Выражать свою суть во всем – в словах, одежде, отношениях с людьми, обстановке собственного жилища, в творчестве. Не бояться высказывать собственное мнение обо всем на свете. Больше думать о том, кто вы есть **на самом деле**. Идти своим путем, своей тропой.

В результате, проявляясь во всех сферах особым образом, вы прослыжете необычной личностью, за которой любопытно наблюдать, о которой интересно рассказать.

Харизматичному человеку больше доверяешь, он сильный, независимый. Он не выматывается, не превращается в невротика, день за днем делая нелюбимую работу только ради того, чтобы оправдать ожидания других людей. В нем сразу чувствуется энергетика, сила жизни.

Замкнутость и харизма – несопоставимые понятия. Замкнутому человеку часто не хватает сил общаться с другими людьми, он всячески оберегает себя от контактов. Думает не о том, что он может дать людям, а о том, что они могут дать ему, есть ли смысл в общении с ними...

Харизма появится только тогда, когда вы будете готовы сиять, словно солнце, и его лучей хватит на всех.

Главное достижение моей жизни – я сам.

Леонардо да Винчи

Хочу рассказать вам про Ирину Горюнову, кукольника, потому что подобных харизмы, задора и радости жизни я больше ни у кого не встречала!

Мне интересны истории людей, занявшихся творческим бизнесом, не имея специального образования. Так случилось и с Ириной, которая более восьми лет проработала в банке. В банковскую сферу она попала потому, что отучилась в экономическом вузе, а в вуз – потому что он находился рядом с ее домом, и это было очень удобно.

Хотя Ирина с детства любила рисовать и мечтала стать иллюстратором, учиться в художественном вузе казалось ей скучотищей – сплошные натюрморты да кувшины...

Как это часто происходит, нашу жизнь переворачивает любовь. Мужчина берет на себя заботу о любимой женщине и позволяет заниматься всем, чем ее душе угодно. Душе Ирины захотелось

воплотить свою мечту стать иллюстратором, и она уволилась из банка.

Полгода она готовилась, рисовала, и с пачкой эскизов отправилась в издательство. Но и здесь она столкнулась с тем, от чего в свое время сбежала из банка, – с системой. Да, эскизы Ирины нравились, но нужно было что-то переделать, а лучше – сделать наоборот и в другой палитре... С грустью пришлось признать, что и это занятие – не для нее.

Лучшее средство от депрессии – посещение художественной лавки или магазинчика, где продаются милые сердцу материалы для творчества. Совершенно случайно в одной из таких лавок Ирина купила пластик, дома попробовала что-то слепить, и ощущение от процесса лепки ей очень понравилось... Податливый материал под теплыми пальцами превращался во что-то живое, удивительное... Так она создала свои первые две куклы.

И отнесла их на ВДНХ, когда-то там был магазинчик кукол. Оба ее творения взяли и даже заплатили по 800 рублей! Этот первый успех вдохновил Ирину продолжать, она зарегистрировалась в интернет-сообществе, посвященном авторским куклам, узнала о предстоящей выставке на Тишинке и явилась на Moscowfair со своей новой куклой.

На кукольных выставках обычно есть специальное место, где авторы-новички выставляют по одной своей работе, такие куклы стоят все вместе. Взяли на выставку и куклу Ирины.

– Сколько ты за нее хочешь? – спросила у Ирины устроительница выставки.

Ирина расхрабрилась, помня, что за 800 рублей продала своего «первенца», зажмурилась и выдохнула:

– Тысячу!

– Если покупатель начнет торговаться, сколько скинешь?

– Ну, двести, – пожала плечами Ирина и как-то сразу скисла.

Что-то в ее облике и тоне заинтересовало устроительницу, она окинула взором Ирину с ног до головы:

– За тысячу евро?.. – хотя по лицу Ирины поняла, что речь шла о рублях: – Ах ты дурында!

И провела Ирину по всей выставке, показывая ей куклу за куклой и называя цену.

В итоге выставленную на общем стенде куклу Горюновой купили. А устроительница выставки взяла Ирину к себе в «Школу куклы» преподавателем.

Сейчас Ирина известный в России и за рубежом кукольник. Ее работы давно стоят больше тысячи, даже больше двух тысяч евро. И клиенты Ирины – люди обеспеченные, в возрасте. Четырежды в год Ирина участвует в выставках, а также продает свои куклы художественным галереям. У Горюновой есть сайт, но, по ее собственным словам, он играет сугубо ознакомительную роль.

Ирину пригласили вступить в Союз художников и были очень удивлены, когда на вопрос о ее художественном образовании получили ответ, что она – самоучка.

Ее ученики говорят, что преподавателя лучше не найти, Ирина – очень позитивный, открытый, легкий в общении человек, а потому узнать на ее курсе можно больше, чем на пяти курсах других преподавателей.

Организаторы выставок кукол в Прибалтике, открывшие недавно собственный Музей кукол, пожелали иметь дело только с ней.

Сильная марка – это не только высокое качество товара или услуги. Марка обладает еще одним свойством, которое трудно выразить словами. Назовите это личностью, характером, аурой, атмосферой, пятым измерением – как угодно, но дело в том, что именно это «что-то», притягивающее как магнит, по-особому воздействует на потребителя и привлекает его.

Дэвид Огилви

Через полгода я случайно встретила Ирину в одной из художественных лавок. Она поделилась со мной новостью: одно из издательств предложило ей проиллюстрировать роман-фэнтези, полностью полагаясь на ее вкус. А теперь книга издана. Мечты сбываются!

Глава 8

Количество и качество

Дорогие авторы, если вы хотите остаться на стезе творческого бизнеса надолго, быть успешным дизайнером, иметь многочисленную клиентуру, позаботьтесь о качестве своих изделий.

Если вы не заботитесь о судьбе ваших вещей после продажи и вам просто хочется сбыть их с рук, это не может называться творческим бизнесом. Дешевка – не творческий продукт, это просто дешевка.

Роскошь – это когда изнанка так же красива, как и лицо.

Коко Шанель

Здесь мы опять упираемся в важнейший принцип успешного бизнеса – иметь постоянных клиентов. Чтобы их иметь, вам нужно позаботиться об этом заранее – уже в процессе производства вещи. Материалы должны быть качественными, вещи удобными и надежными, чтобы прослужить долго. И все это время приносить хозяину радость, а не огорчение.

Если же есть хотя бы намек на то, что с вещью может что-то произойти по вашей вине, откажитесь от ее продажи.

Продав ее, пожалничав, вы потом не раз пожалеете об этом. Во-первых, потеряете клиента, который мог стать постоянным и привести к вам еще людей. Во-вторых, приобретете репутацию дешевого ремесленника. В-третьих, окажете услугу вашим конкурентам.

Однажды моя клиентка принесла мне бусины – это был рассыпавшийся во время пересылки браслет, автор его плохо упаковала. Браслет я собрала заново, и как вы думаете, у кого в дальнейшем покупала украшения эта дама?..

Относитесь к мелочам серьезно.

В гонке за качеством есть и другая сторона – снижение спроса. Чем больше автор корпит над вещью, доводит ее до ума, тем дольше она не увидит свет, тем меньше вещей выходит из его рук. Продолжительность создания, материалы превосходного качества – и творческий продукт дорожает. Прежние клиенты больше не смогут себе его позволить, а новых нужно еще наработать. Часто прорыв в качестве оставляет автора в абсолютном одиночестве. Поэтому лучше повышать качество постепенно, приучая клиентов к возрастанию цен. Ведь многие из них новое качество не оценят, им оно ни к чему.

Когда я показала своей постоянной клиентке только что купленную фурнитуру из серебра, она только пожала плечами: «Не вижу никакой разницы!» Ей было не важно, что украшение с такой фурнитурой сможет послужить и ее праправнучкам. Ей было достаточно мельхиора, пусть он и окислится со временем.

Другой вариант, когда в вашем хендмейде ценится именно грубость исполнения. «Вылизав» свое творение, вы придадите ему магазинный лоск, и изделие потеряет свою оригинальность, свой первобытный смысл. Пусть лучше швы останутся неровными, но зато не разорвутся!

Количество – особая тема. Почему потребители любят супермаркеты? Потому что там много всего. Можно побродить-посмотреть, выбрать с длиннющей полки с соками одну упаковку, ощутить себя хозяином положения, присмотреться к другим продуктам, удивиться новинке. Людям так комфортнее, нежели когда им предлагают сделать выбор из двух или пяти вещей одного жанра.

Поэтому создавайте коллекции.

Одна из моих знакомых любит шить-вязать и надеется найти клиентов по интернету. В своем блоге она выставила пару сумок, панаму и жилетку. И ждет.

Ей следовало бы сделать блог вязаных сумок.

Возможно, на пятнадцатой сумке у нее проснулась бы фантазия, она создала бы настоящий шедевр, необычную качественную вещь. Увидев эту пятнадцатую сумку, народ бы ахнул и потянулся в ее блог нескончаемым потоком. С этого момента началась бы у моей знакомой другая жизнь, создавались бы шедевральные сумки, одна лучше другой. А четырнадцать первых помаленьку раскупили бы по бросовой цене. И на свете появился бы еще один Дизайнер. Мечты, мечты...

По просьбе клиентов я время от времени соглашаюсь сделать копию той или иной своей работы, порой их число доходит до десятка. Чувствуешь себя ремесленником. Не каждая моя идея становится настолько популярной, что копии заказывает десяток человек. Если находится столько желающих – значит данная работа удачна. К тому же так легко отследить спрос: какого типа вещи пользуются наибольшей любовью. Это полезно для бизнеса.

Часто копия получается у меня лучше оригинала, поскольку в оригинале заботит реализация идеи, а в копиях я занята исключительно тщательностью исполнения.

Я давно отказалась от эксклюзивных изделий и покупаю материал в расчете на несколько копий. Начинающий автор, конечно, не может себе этого позволить, поскольку у него еще немного клиентов. И такие начинающие или остановившиеся в развитии авторы часто гордятся своими эксклюзивами, даже заказывают в типографиях сертификаты, подтверждающие уникальность таких вещей! Опытных хендмейкеров это смешит. Если кроме одного человека на ваше произведение никто не позарился, чем тут гордиться? Это скорее сертификат плохого спроса.

Каждый месяц я создаю несколько повторов, иногда их продается столько же, сколько и новинок. Копии – ключ к моему заработку. Только на оригиналах не прокормиться.

Делая вещи в единственном экземпляре, я бы не понимала, куда мне двигаться, в какую сторону развиваться. А так – нахожусь

в полном ведении, какие именно «семена» проросли на моей планете и какие хотят культивировать люди.

Если вдруг у меня случается неудачный «эксклюзив», это значит, что выбрано неверное направление, вещи такого плана не интересны, не нужны.

Бывает, что интерес к идее, которую эксплуатируешь целый год, со временем угасает. И купленный для одиннадцатой копии материал оказывается невостребованным. А некоторые идеи, наоборот, оказываются долгоиграющими и кормят меня на протяжении нескольких лет.

Кстати, повторы помогают пережить творческий кризис, когда по тем или иным причинам вы не можете часто выдавать новинки. Были и у меня такие времена: однажды целый месяц я продавала одни копии. Самое интересное, что отсутствие новинок совершенно не отразилось на зарплате. Но подобное стало возможным только благодаря тому, что в моем «архиве» скопилось достаточно идей, интересных людям.

Глава 9

Где взять материал

В столице полно разных лавок и магазинчиков, где «очумелые ручки» могут отыскать материалы для творчества и бизнеса. В провинции же с этим сложно. Единственный выход – интернет.

На просторах рунета есть множество магазинов, которые торгуют материалами. На первых порах вы можете освоить заказ по интернету в них.

Скажу честно, заказ материалов по интернету – дело скрупулезное, требующее практики. Нужно внимательно вглядываться в картинки (увеличить каждую, обычно такая возможность есть), читать описания. Я, например, при заказе фурнитуры сижу с линейкой в руках, чтобы четко представлять себе размер каждой штуковины.

При заказе материалов по интернету вы обязательно должны учитывать, что стоимость пересылки обойдется вам минимум в 200 рублей, поэтому лучше заказать побольше, чтобы оправдать пересылку. Выбирайте такой магазинчик, где вы сможете сразу заказать много нужного, к тому же существуют системы скидок, размеры которых зависят от суммы покупки.

Для заказа в отечественных интернет-магазинах требуется просто заполнить анкетную форму на сайте, придумать себе логин и пароль, сообщение о регистрации придет к вам на почту.

Для заказа на зарубежных сайтах потребуются приложить больше усилий. Для начала следует оформить в банке долларовую карточку. На нее в банкоматах банка вы сможете класть денюжки (можно и рубли, они автоматически переводятся в доллары по курсу банка). За обслуживание такой карточки банк ежемесячно взимает от 100 до 200 рублей.

Далее вам нужно зарегистрироваться в PayPal – международной платежной системе. Эта система гарантирует безопасность ваших платежей. Если вы не получили оплаченную по интернету (через PP) посылку в срок, вы можете вернуть ваши деньги. За свои услуги PP берет определенный процент со стоимости каждой покупки.

Теперь у вас есть все, чтобы делать покупки через интернет. Самый большой ассортимент материалов для творчества и рукоделия вы найдете на eBay (eBay.com) и Etsy (etsy.com). Там также нужно зарегистрироваться, вписать по-английски свой адрес и т. д.

Вы можете самостоятельно порыться в Google (www.google.com) и найти нужные вам интернет-магазины, обычно они не связаны с услугами PP, достаточно будет вписать номер карточки, когда будете заполнять регистрационную анкету.

Те, у кого плохой английский, дружно испугались?

Поверьте, ваш английский не играет никакой роли. Я думаю, каждый сможет латиницей написать свое имя и фамилию. Главное – чтобы везде, где вы регистрируетесь, эти данные писались одними и теми же буквами, чтобы не было вариаций. Лучше копируйте их.

Любое слово в регистрационной анкете или на сайте зарубежного интернет-магазина, которое вам незнакомо, можно перевести с помощью «переводчика» в Google. Например, вы хотите найти на eBay эксклюзивные пуговицы или шерстяные нитки. Напишите нужное вам слово в «переводчике» по-русски, в правом окне появится ответ. Забейте английское слово в графу поиска.

Тщательно читайте описание каждого товара: состав, размер (часто пишется в дюймах), количество, кто производитель и т. п. Узнайте, сколько стоит доставка. Некоторые интернет-магазины используют дорогую доставку (свыше 35 долларов), а некоторые – вообще не посылают в Россию, боятся мошенников. На eBay и Etsy стоимость доставки зависит от количества наименований (items) в вашей «корзине».

Не тратьте все до последнего цента с вашей карточки, какой-то процент от стоимости покупки должен быть отчислен РР, и пара долларов так или иначе должна на карточке остаться. Даже если хочется спустить все деньги, держите себя в руках!

Если возникла необходимость затеять переписку с продавцом, забейте ваше письмо в окно «переводчика». Оно должно быть написано очень простыми, короткими предложениями, как если бы вы писали пятилетнему ребенку.

Постепенно вы выучите все слова, относящиеся к вашему делу, и сможете без «переводчика» вбивать их в поисковую строку.

Посылки из-за границы вы получите минимум через две недели (Европа), максимум через полтора месяца (Гонконг или Канада). Вы можете уточнить у продавца индивидуальный номер посылки (tracking №) и отслеживать на сайте нашей почты ее прибытие в Россию.

Ну а если пристраститесь к такому шопингу, добро пожаловать в Клуб творческих шопоголиков!

Глава 10

Где свободное место?

Соперничество – пища для гения.

Вольтер

Как пробиться в успешные авторы, когда кажется – все места заняты, все техники испробованы, в каждой тематике свой гуру, который забрал себе всех клиентов?

Помимо оттачивания мастерства и использования очень качественных материалов я бы посоветовала вам поискать у этих гуру слабые места, подумать, что они не учли в своих работах, и направить силы на заполнение этих ниш.

В авторской бижутерии практически никто не занимается брошами, а ведь есть масса их любителей.

Шьют или игрушки, или подушки, но никто не шьет большие подушки-игрушки (чтобы и поспать, и поиграть).

Если вы художник с чувством юмора, займитесь дизайном футболок! Поверьте, картин везде хватает, а футболок с прикольным рисунком не найти.

Если у вашего конкурента грустные куклы – делайте веселые.

Нет такой ниши, где бы любопытные покупатели не жаждали свежего ветерка! Вас ждут, такого непохожего на то, что уже есть!

Часть III

Продвижение

Глава 1

Бизнес там, где конкуренты

Бизнес – это игра, соревнование, азарт, желание выиграть. Если вы боитесь проиграть на поле конкуренции, вам нечего делать в бизнесе. А вот если уверены, что вам есть что показать, чем выделиться, чем привлечь толпы покупателей, тогда вперед!

Я склонна считать, что легче начать бизнес там, где есть конкуренты, и соответственно – спрос, покупатели. Поле уже вспахано, на нем легче вырастить урожай и получить плоды. Те, кто радуется, что поле не вспахано, берут на себя тяжкий труд. Почва может оказаться каменистой, неплодородной, потому за нее и не брались до сих пор.

Я говорю о тех авторах, которые берутся создать что-то совершенно новое. Первые романы Жюль Верна о космических полетах высмеивались издателями.

Первый паровоз, двигаясь медленнее повозки, запряженной лошадьми, вызывал недоумение. Ваша придумка может стать изобретением века. Но вместе с тем путь до получения первой прибыли может оказаться слишком долгим. Есть ли у вас время ждать долго?

Будет ли уместно в этой книге привести пример совершенно нетворческого бизнеса?

Недавно познакомилась с Мариной, которая планировала открыть интернет-магазин и продавать резиновые сапоги – яркие, с рисунком. Задумка пришла к ней таким путем: ей самой хотелось такие сапоги, но в магазине они стоят 6 тысяч рублей, а оптом можно было купить дешевле и продавать, соответственно, тоже, причем намного – за 2500 рублей. Она полистала интернет, и – о чудо! – оказалось, в Сети у нее совсем нет конкурентов. Марина решила, ее ждет легкий успех и деньги.

Когда я ей сказала, что сапоги по интернету невозможно померить, она заметила, что их будет доставлять курьер, и у клиента будет возможность их померить! И я сделала вывод, что Маринин бизнес ожидает неминуемый крах.

Обувь будет нужна разных размеров, коробки с резиновыми сапогами надо где-то хранить. В обувном бизнесе главный минус – это остатки, много размеров остается, а тех, которые нужны, как назло, не оказывается.

Представим, что оптовая цена сапог 1000 рублей, а Марина их будет продавать за 2500 рублей, то есть получит только 1500 рублей с каждой пары, из которых еще будет оплачивать работу курьера... А клиент, увидев сапоги вживую, может и отказаться от их покупки...

Далее я спросила ее, почему, по ее мнению, нет интернет-магазина, специализирующегося на продаже *только* резиновых сапог? Почему ее это не настораживает? А не продает никто потому, что это, по сути, разорительный бизнес. Резиновые сапоги – продукт сезонный. На них не будет спроса ни зимой, ни летом. Их носит определенный слой населения, и это сужает круг возможных покупателей.

И в конце концов в этом бизнесе никогда не появятся постоянные клиенты – реальная основа любого бизнеса, потребители, которые любят именно вас, будут к вам возвращаться и посоветуют другим. Купив одни резиновые сапоги, человек не пойдет за вторыми. За редким исключением.

Хорошенько подумайте, на что направить свои силы. Прощупайте обстановку, изучите бизнес других, ассортимент, цены, места размещения товара, что больше нравится покупателям. У кого бизнес идет успешно, у кого – не очень, постарайтесь понять, в чем секрет удачи одних и причины неудачи других.

Не бойтесь конкуренции. Там, где есть конкуренты, есть и бизнес, покупатели, деньги.

Именно конкуренция заставляет нас проявить все свои способности, напрягаться и делать лучше, чем у других,

самосовершенствоваться, требовать от себя большего. В окружении конкурентов творить интереснее.

Соревнование производит гениев, а желание прославиться порождает таланты.

Клод Гельвеций

Легче выбрать жанр, популярный у публики, чем придумать совершенно неизвестный и доказывать людям, что он им нужен. На это может уйти вся жизнь.

Глава 2

Как стать первым

Не секрет, что многие направления хендмейда пришли в Россию с Запада: войлок, пэчворк, квилтинг, стиль бохо^[2], бижутерия в стиле винтаж, пластика, мишки тедди, лэмпворк. Наши рукодельницы не вылезают из интернета – просматривают новые работы западных мастериц, листают Etsy, покупают мастер-классы. Они хотят быть в курсе тенденций, обладать теми же навыками, создать более интересные творения. А ведь нашу неискушенную публику легко удивить!

Часто то, что давно в ходу на Западе, для нас – диковина. И вот любопытный рукодельник, дни и ночи лазая по зарубежным интернет-страничкам, неожиданно знакомится с особой техникой, необычным дизайном – и у него «сносит башню». Он понимает, что не может без этого жить, хочет заниматься этим, творить такое. Да и вокруг никто, совершенно никто о таком мастерстве не слышал. Хендмейкер пребывает в радужных мечтах о том, как он станет первым! Первым, кто познакомит свою консервативную, но очень творческую родину с этим удивительным искусством.

Бывает, что о таких пионерах ходят легенды. С горящими от восторга глазами они проводят ночи за работой, днем устраивают выставки и мастер-классы, привозят из-за границы преподавателей с громким именем – и публика увлекается, рунет начинает пестрить работами русских последователей, частенько в мастерстве и фантазии наши переплывают Запад, конкуренция растет... А как там поживает тот, первый? Энтузиаст, который из любви к искусству перевернул горы, пробил стену равнодушия... Он знаменит, богат? Он также впереди?

Бывает, что и нет. Слава его померкла в сравнении с искусством учеников. Денег заработать не сумел. Да и первенство оказалось

под вопросом. А бывает, что вообще не получилось покорить российскую публику, и силы были растрочены впустую.

Но я расскажу вам про успешных «первопроходцев», о тех, кто был впереди и сумел этим разумно распорядиться, кто до сих пор «на коне» и остается первым не только по давности выбранного занятия, но и вообще по всем статьям.

У меня для вас три истории, первая – о лэмпворкере Ирине Сергеевой.

Все началось с увлечения вышивкой. Ирина обожала вышивать, подбирала мулине по цветовым гаммам, причем тщательно: отдельно холодную гамму любого оттенка и теплую... Ей хотелось затмить известную американскую мастерицу, и Ирина проводила часы у монитора, изучая вышитые той картины.

Работала Ирина аналитиком-маркетологом, и на вопрос коллеги: «Как у тебя все здорово, молодая, двое детей и при этом хорошая должность, зарплата, ты, наверное, счастлива?» – не знала, что ответить. Вроде бы Ирина делала все правильно, жила как надо, а вот ощущения, что занимается своим делом, не было.

Но путешествуя по интернету, попадая с сайтов по вышивке на страницы с другими видами рукоделия, Ирина раздумывала: а ведь можно заняться и тем, и этим... И для начала попробовала пластик, стала лепить из него бусины и первые работы разместила в своем «Живом журнале».

И ее работы удивили публику, даже пришло предложение о покупке. Но начать продавать, преодолеть этот психологический барьер было для Ирины непросто. Ведь если продаешь – значит готов взять ответственность за качество своего изделия, что оно будет носиться и долго, и с удовольствием, и никогда не вызовет у покупателя отрицательных эмоций. Поэтому поначалу Ирина свои творения дарила. Потом как-то обменяла – на логотип от веб-дизайнера, ту самую стрекозу, которая «порхает» рядом с подписью «Ирина Сергеева» до сих пор. А потом осмелела и стала украшения продавать – знакомым по ЖЖ.

Путешествия по интернету в поисках идей, вдохновения, интересных решений – для Ирины одно из увлекательных хобби, которое помогает в ее работе. Однажды она увидела стеклянные бусины невероятной красоты, и это перевернуло ее жизнь. Ирина листала интернет уже целенаправленно, добывая любые крупинки информации, и как-то обнаружила объявление о курсах лэмпворка в Бельгии. Не было и тени сомнения – она туда едет!

В России в те времена о лэмпворке не слышали, поучиться было не у кого и негде, доступная информация – только на английском языке в интернете, поэтому это стало единственно верным шагом. Конечно, Ирина боялась поездки, того, что окажется в незнакомой стране, никого не поймет, языковой практики у нее давно не было, но на первом же занятии страх прошел. Ирина понимала практически все. К тому же она оказалась первым русским человеком, которого видели и ученики, и преподаватели. А хозяин студии вырос в Южной Африке, и в африканских школах им просто не рассказывали про такую страну, как Россия. Когда Ирина написала, что приедет на курс, – он нашел глобус, чтобы посмотреть, что за страна такая, и удивился, насколько она велика.

После окончания курсов встал вопрос о покупке оборудования. Несмотря на то что информации было собрано много, Ирина ошиблась с заказом горелки, которую пришлось выкинуть. Да и в России оказалась масса ограничений на ввоз товаров для личного пользования, пришлось заплатить ощутимую сумму таможенной пошлины.

Первые приличные бусины получились после полугода работы, долгое время пришлось работать «на мусорную корзину». А реальные заработки пришли через год, когда появилась своя клиентура. К тому времени Ирина уволилась с работы и полностью посвятила себя любимому делу.

Так как клиенты приходили с ее блога в ЖЖ, Ирина сделала для себя важный вывод: если хочешь иметь много клиентов, нужно выглядеть в своем журнале успешной. Никаких жалоб на жизнь,

никаких обсуждений неприятностей окружающего мира, никакого негатива! Ирина сделала из своего блога место, где читателя ждут только приятные эмоции.

Хотя, как и у любого автора, неприятности случались. Ирина постоянно экспериментировала с разными техниками, материалами. Например, в сборке украшений стала использовать коконы тутового шелкопряда. И однажды на нее обрушилось столько гнева от разъяренного клиента, который подарил такое кольцо жене. Кот разгрыз тутовые бусины, а внутри оказались мертвые червячки. Ведь шелкопряды так и умирают в своем коконе, и хозяйка кольцо возмутилась – она носила на шее несколько маленьких мумий. Сколько было крику!

В тот момент Ирину, к ее удивлению, поддержало сообщество мастеров, которые встали на ее защиту, и в результате клиент принес извинения. С настоящими креативщиками всякое случается.

Не ошибается только тот, кто ничего не делает.

Неприятности происходили, и когда Ирина взялась вести уроки. Между ней и бывшей ученицей возникли серьезные разногласия, дело дошло до оскорблений со стороны ученицы. И в это же время у блога Ирины вдруг появился двойник. В написании ника была изменена всего одна буква, и клиентов это вводило в заблуждение. Они попадали на двойник, который писал об Ирине ужасные гадости, издевался над ее фотографиями, выдумывал скабрзные подробности из ее жизни.

Ирина очень переживала, не могла спать... А потом придумала выход. Ведь любую ситуацию можно обратить в свою пользу. Ирина объявила конкурс двойников! Двойников своего журнала, и чтобы игра стала азартной, сама создала парочку двойников. Конечно, тот первый двойник сразу потерялся на фоне новых, и то, что приносило одни неприятности, обернулось игрой, забавной шуткой.

В итоге дневник Сергеевой остался тем самым оазисом положительных эмоций и впечатлений. И эта ситуация никоим образом не повлияла на ее взаимоотношения с учениками и ведение курсов. За прошедшие годы Ирина выучила более 350 лэмпворкеров. И то, что по сути это 350 конкурентов, ее ничуть не пугает, ведь она передает ученицам всего лишь технику, но не свое видение, фантазию, свою «голову» передать им не может.

Даже в проведении курсов Ирина экспериментирует. Например, пригласила учеников летом в Таиланд. Для этого ей снова пришлось пойти на риск, поехать в новую страну, вывезти туда оборудование, в том числе газовые баллоны, снять большой дом, организовать рабочее место и придумать интересную программу для своих гостей. В итоге она совместила двухмесячный отдых с работой и осталась довольна результатом.

Ирина, как и прежде, штудировает интернет в поисках интересных техник, осваивает новые приемы, стала создавать к украшениям собственную фурнитуру, открыла обучение онлайн и освоила модное направление: вебинар. Чтобы быть первой, нельзя стоять на месте, нужно стремиться стать лидером, отслеживать мировые тенденции, искать новые пути самовыражения, гореть неподдельным интересом и любовью к своему делу!

Все первые – люди амбициозные. Это люди дела, не слов. Если они что-то узнали – они это внедрили и получили результат. У них нет сомнений, получится/не получится, – важно только попробовать. Все первые очень сильны духом – часто стартуют в хобби без начального капитала, без поддержки спроса, их капитал – умения и внутренняя сила. Это лидеры, которые могут повести за собой других.

Вторая история как раз о такой сильной женщине – любимой многими Гузель Костыне.

Гузель была среди первых, кто в России увлекся мишками тедди. Врач по профессии, после первого декрета она плавно «перекочевала» во второй, и чтобы занять детей, покупала им

краски, карандаши, пластилин... В художественной лавке ей попала в руки полимерная глина. Гузель накупила пластики, книг, стала лепить фигурки, искать в родном Новосибирске кукольников... Но в те времена никого вокруг не было. Да, материалы продавались: краски для батика или стекла, материалы для декупажа... Но о профессиональных декупажниках, курсах, мастер-классах не было и речи.

Ее внимание привлек журнал «Кукольный мастер», он только-только стал издаваться. В номере была статья о мишках тедди и мастер-класс по их изготовлению. Ни о специальных материалах, ни о технологии и креплениях Гузель не имела ни малейшего понятия, она просто стала мишек вязать. В 2004 году должна была состояться первая выставка авторских мишек «Теддимания» в Москве, Гузель подумала: почему бы нет – и отправила своих мишек посылкой на выставку.

Прилетев на мероприятие чуть позже своей посылки, она увидела, что мишки других авторов важно размещаются на стеллажах, а ее вязаные – в углу, на диванчике. Устроители деликатно объяснили ей, что это «немного не то». Гузель не стала расстраиваться, посетила мастер-класс, изучила, какие материалы должны быть использованы для «настоящих» мишек тедди. Пусть ее вязаные работы были и несовершенны, на выставке их раскупили все до одной, и это грело!

Очутившись дома, Гузель оккупировала интернет, стала изучать все, что ей попало о мишках тедди, и заказывать нужные материалы. Через год она собралась на самую крупную европейскую выставку – в Германию. И решила удивить мир теддистов – открыть им русского мишку в стиле гжель.

Размах немецкой выставки внушил Гузели подлинный трепет и уважение к этому хобби. Она поняла, это не просто увлечение, это настоящий бизнес, и в нем есть мастерство, признание, деньги. Более того: это – красивый бизнес! Стало ясно: есть индустрия, есть рынок, есть хоббисты и профи и какую нужно держать планку.

После выставки Гузель только и делала, что училась. А потом стала проводить собственные мастер-классы, открыла в Новосибирске первую выставку «Ах, эти милые медведи», где на обозрение публики были выставлены не только работы ее и учеников, но и антикварные мишки из архивов музеев, а также частная коллекция фабричных мишек. Посещаемость доходила до 700 человек в день! В городе, где совершенно не посещались музеи, где не было никаких интересных экспозиций, это стало достижением Гузели и подарком для жителей.

К тому же сложился дружный авторский коллектив мишкоделов. В отличие от мастеров других городов, столиц, у сибиряков не было конкуренции и соперничества, они поддерживали друг друга, вместе заказывали материалы за границей, пользуясь одним аккаунтом PayPal, учились продавать работы на американских аукционах.

В это же время вместе с мужем Гузель открыла в Новосибирске магазин «Чердачок». Там продавались хендмейд-подарки, мишки тедди, валяные игрушки, открытки и блокноты ручной работы. Несмотря на то что магазинчик располагался в самом центре города, в очень проходном месте, энтузиазма Гузель и ее мужа хватило на полгода. Бизнес был в минусе, еле дотягивал до отметки «0». Рынок еще не созрел до ручной работы, сознание людей вполне тешил дешевый ассортимент «Красного куба» и «Икеа». Да и в Новосибирске никогда не было туристического потока, на который рассчитывают хендмейд-лавки столиц.

После неприятности с магазином Гузель выручила новая выставка в Германии. Ее мишка «Невеста» вошел в четверку лучших в номинации «Мишка в одежде». С течением времени мишковый бизнес стал основным делом семьи Гузель. Муж не только фотографировал работы, как специалист по маркетингу и продажам он помогал Гузель строить бизнес, проводить мастер-классы и выставки, открывать интернет-магазин материалов, выпускать обучающие программы – не только о мишкоделии, но и о продажах хендмейда.

Пионеры всегда рискуют, исследуют новые территории, пробуют новые идеи. И возможно, чаще других сталкиваются с проблемами, ведь они первопроходцы. Гузель и ее муж открыли в Болгарии, куда переехали, музей мишек тедди. По всему миру они скрупулезно выискивали предметы интерьера, мелочи – разного времени и эпохи создания, собрали уникальную коллекцию авторских мишек и оформили не просто экспозицией – под каждую работу сделали диараму с подсветкой. Шикарное здание, центр Варны, великолепное оборудование, сувенирная продукция... Это стало самым интересным и насыщенным событием временем, хотя не принесло ровным счетом никакого дохода. Менталитет болгар не был настроен на посещение музеев, туристы приезжали покурить-позагорать. Не оценили там, оценят в России. Все экспонаты переехали в галерею современного искусства «Стерх» в Сургут и радуют сибиряков.

Настоящее творчество, бизнес – всегда риск. Если первый перестанет рисковать, расти, он сольется с остальными. Да и поговорку «любовь живет три года» полностью можно отнести и к хобби. Очень многие мастера сверкнули на хендмейд-олимпиаде яркой звездой, а теперь о них никто и не вспомнит. И через три года должна быть мотивация продолжать свое дело, и она останется с тобой, если не застынешь на месте, будешь открывать новые горизонты в стремлении расти.

Мишковый бизнес Гузель процветает. Она создает обучающие курсы на DVD, ведет обучение в скайпе, разрабатывает наборы для создания мишек тедди, конструирует выкройки, продает свои работы на крупнейших мировых площадках хендмейда, ведет о мишках информационный блог, и в ее планах – новые необычные проекты.

Чей риск, того и выгода.

Когда я задумала эту главу, несколько человек настойчиво напоминали мне, советовали обязательно-обязательно пообщаться с Ольгой Петровой. Вот кто истинный первопроходец! Искусница, путешествующая по всему миру в поисках новых техник работы с пластикой. Оля привезла в Россию японскую технику лепки цветов и букетов, создала целую школу, обучила преподавателей. И ни дня не стоит на месте. Не только созданию цветов, но и лепке фигурок ангелов и фей, животных учат в ее школе на Арбате. Активная деятельность Оли замечательно гармонирует с немаленькой семьей – у нее трое детей. Она по-настоящему счастливая женщина.

История с пластикой началась с рождением у Оли второго ребенка. Чтобы не скучать, сидя дома, по интернету она стала искать такой вид рукоделия, которому можно обучаться дистанционно, по онлайн-урокам. Так она познакомилась с полимерной глиной, стала выкладывать работы в блог, а потом наткнулась на образцы удивительного искусства японских мастеров – цветы из пластики. Оля загорелась идеей пройти обучение, но как это сделать? Младшему ребенку полгода, старшему – три, а обучение проходило на Гавайях и требовало присутствия там в течение трех месяцев. Муж посоветовал не отказываться от цели, а подумать, разложить ее на маленькие шаги.

Пришлось взять денег в долг, заручиться поддержкой подруги, которая заинтересовалась и поездкой, и обучением, и в результате в путешествие отправились две молодые мамы с детьми. Подруга взяла с собой своего ребенка, а Оля – полугодовалого сына, оставив старшего с папой.

Храбромu – вся земля родина.

Овидий

Очувившись на Гавайях, подруги поняли, что проживание в отеле на протяжении трех месяцев обойдется чрезмерно дорого. Нужно

было найти квартиру. Их знание английского, со школы позабытого, совершенно не предполагало изучения документов по договорам аренды. Но неожиданно нашлись русские, сдающие квартиру. Такие счастливые случайности в своей жизни Оля комментирует цитатой из «Алхимика» Коэльо: «Вселенная всегда поможет осуществлению истинного желания».

Оля вернулась в Россию, и началась самая тяжелая часть ее работы. Коль на руках уже был диплом инструктора по редкому виду рукоделия, надо было элементарно познакомиться с подобными изделиями публику, заинтересовать ее, найти тех, кому это придется по душе, ну и, конечно, найти покупателей. К тому же Оля задумалась о проведении курсов. Ей пришлось не только активно делать и выкладывать в интернет фотографии работ потрясающей красоты, но и искать клиентов, помещение для мастер-классов, участвовать в выставках (от 400 долларов за павильон), общаться на женских форумах – зная, что отдача придет совсем нескоро.

Основная проблема у рукодельников – в организации своего дела. Обычно таких навыков нет. У Оли же за плечами и открытие собственного магазина обуви, и кафе, и интернет-магазина материалов для рукоделия. Поэтому все отношения с налоговой, оформление ИП и кассы, поиск помещения для Оли были делом известным. А вот формирование команды, подбор кадров, привлечение не только талантливых, но и позитивных общительных инструкторов и менеджеров – всегда сложная задача. Случались и воровство, и зависть, и злоба, и безответственность. Со временем неподходящие люди отсеялись, и теперь Оля своей командой не только гордится, но отзывается о своих помощниках с большой любовью.

Дело, начатое с таким размахом, вышло на окупаемость и доход через два года. Сейчас Оля не только создает интерьерные композиции, букеты и аксессуары для невест на продажу, она руководит школой, которая насчитывает более ста инструкторов, работающих по всей стране.

Но когда пришедший на мастер-класс ученик с порога устраивает допрос: «Сколько нужно денег, чтобы раскрутить такой бизнес? Как это все повернуть?», – Оля смеется. Смешно думать о бизнесе, даже не взяв материал в руки, не создав ни одного творения, не прочувствовав, а нравится ли тебе сам процесс...

Человек, которому повезло, – это человек, который делал то, что другие только собирались сделать.

Жюль Ренар

Глава 3

Место под солнцем

Недавно смотрела телепередачу, в которой принимали участие молодые сценаристы. Один из них возмущался, что его сценарии не желал брать ни один московский театр, пока он не завел знакомство с одной актрисой – через нее сценарий попал в руки худрука, и он поставил пьесу!

Окольные пути не для меня. Я предпочитаю интернет. Возможно, теряю множество клиентов. Многие хотят увидеть «живьем», пощупать-померить вещь перед тем, как определиться с покупкой. Для таких существуют магазины и выставки.

Каждый из авторов выбирает путь, который ему более подходит.

Я живу в Подмосковье, поэтому мне держать в Москве магазин неудобно, а в Подмосковье – неперспективно. Открыв в маленьком городке магазинчик, прогорю: здесь нет моих потенциальных покупателей, которые смогут приобрести бусы за 3 тысячи рублей. Здесь по магазинам ходят старушки или домохозяйки, а им негде показаться в украшениях – они сидят дома. Остальная же часть населения, мои потенциальные покупатели, работают в Москве, и если решат пройтись по магазинам, то выберут столичные.

Затем я не хочу связываться с продавцами и арендаторами. И, наконец, дорожу своим временем – сидеть целый день на выставке не представляется мне правильным времяпрепровождением. А самое важное – не хочу платить другим людям деньги. Не хочу платить за аренду магазина или выставочного места, в итоге безмерно повышая цены на свои бусики.

Выбирайте путь, комфортный для вас. Если вы словоохотливы – смело заплатите за выставочное место и общайтесь с публикой, увлекайте своим творческим продуктом, вложения в аренду окупятся.

Если вы человек необщительный, найдите агента – за процент от продвижения вашего товара. Или выбирайте в качестве поля своей деятельности интернет, он в какой-то мере избавляет от личного общения с покупателем. Лучше – не наше интернет-пространство, а международное. Например, выставляйте свои работы на Etsy.com, от вас потребуется только принять заказ и оплату, упаковать продукт и отправить его заказчику. Другое дело, что многие хендмейд-продукты, которые пользуются успехом в России, совсем не пользуются популярностью за рубежом.

Необщительному человеку, прежде чем начать заниматься творческим бизнесом, хорошо бы подумать об особенностях продажи творческого продукта. Например, дизайнеру одежды без общения с клиентом не обойтись, весь процесс продажи строится на обсуждении мерок, особенностей фигуры, примерках и т. д. И если вы потрясающе придумываете и шьете одежду, но люди для вас – невыносимые существа, налицо конфликт интересов.

Творческий бизнес моего папы (я уже писала, он художник – резчик по дереву) сгубило то, что он не мог общаться с директорами художественных салонов. Он чувствовал себя уязвленным и обманутым, когда магазин от продажи его работ получал столько же, сколько и он, автор. Только за то, что вещь «повисела» в этом магазине!

Мой папа не мог понять, сколько директор магазина отдает за аренду, продавцам за работу, платит налогов. И то, что «повисеть» в магазине стоит очень дорого.

Вообще, лучше попробовать несколько способов, чтобы потом определиться с самым комфортным и выгодным для себя.

Важно найти постоянных клиентов и поддерживать их интерес.

Я не участвую в выставках еще и потому, что знаю: случайное участие не принесет мне постоянных клиентов. Чтобы был постоянный результат, нужно закрепиться за конкретной выставкой, чтобы люди знали, что они вас там всегда найдут. От участия в единичной выставке толка не будет. Вы получите некоторое

количество денег от случайных клиентов, но от разовых акций заработок не станет стабильным.

Необходимо закрепиться за определенным местом сбыта вашей продукции. Люди должны знать, где они всегда могут найти вас. И они должны находить вас там всегда! Постоянство – залог успеха.

Глава 4

Возраст бизнесу помеха?

После закрытия моего магазинчика я долго пыталась найти свое «место под солнцем» и, как уже писала, пару раз участвовала в выставках самоцветов в Геологическом музее в Москве. Публика на таких выставках – в основном женщины в возрасте после пятидесяти. У моего стенда с украшениями они не задерживались – я вообще молодо выгляжу, тогда «тянула» лет на восемнадцать и, по их понятиям, не могла быть серьезным, достойным внимания автором. Они даже не смотрели на мой стенд.

Мои соседки – завсегдатаи подобных выставок советовали мне одеться посolidнее, выглядеть повнушительнее, авторитетнее – но с моей худенькой фигурой создать внушительный образ сложно.

И даже сейчас на фотосессиях, когда демонстрирую украшения на себе, стараюсь выглядеть старше своих лет. Мои клиентки из других городов, зная меня только по снимкам, больше доверяют этому серьезному образу. На фотографиях всегда улыбаюсь, но при этом преисполнена достоинства и загадочности.

В обычной жизни я другая: люблю шутить, смеяться, пою в общественных местах, корчу рожицы. Всю палитру моих настроений знают клиенты в реале, с которыми мы встречаемся в кафе. Они видят меня разную: и опытную, и легкомысленную, и строгую, и расслабленную, и обыкновенную, и женщину «жарптицу» – и приходят к более объективным выводам. Хотя при первой встрече всегда отмечают: «Какая ты юная и маленькая! Да еще и в мини-юбке!»

В общении с отдаленными клиентами лучше продумать, какая сторона вашей личности вызовет у них большее доверие к вам.

Рассмотрим пример Валентины, о которой я уже рассказывала. Она художник по стеклу, и ей за пятьдесят. Валентина очень

интересный человек, тонкая натура, ведет культурный образ жизни, из музея – в театр, из театра – на концерт, может полчаса рассказывать об особенностях раннего Ренессанса, легко жонглирует искусствоведческими терминами.

Найти клиентов в интернете, а тем более в «Живом журнале», ей очень сложно, поскольку ее ровесников, готовых что-либо покупать в интернете, немного. Ее мастер-классы идут на ура, поскольку молодые девчонки видят в ней опытного взрослого преподавателя. Но молодых клиентов среди подобной публики она вряд ли найдет.

Тут дело даже не в возрасте по паспорту, а в том, на сколько лет себя человек ощущает и на сколько лет себя ведет. Валентине трудно общаться с молодежью, потому что она в разговоре всегда ставит себя как более опытную-мудрую-знающую-разбирающуюся во всем на свете леди. Валентина даже пыталась давать советы и мне (хотя у самой ничего не продается), где следует искать клиентов и выставляться. Такова натура зрелой дамы.

А скольких я знаю заводных творческих женщин бальзаковского возраста, которые ощущают себя в начале пути, а не в его конце, с которыми всегда на «ты»! Думаю, что такие люди талантливее. Есть восточная поговорка про переполненный стакан, в который невозможно ничего добавить. Так и в заполненный «под завязку» знаниями и опытом ум. Такой ум слишком умный, чтобы чему-то научиться.

Поэтому перспектива Валентины – выставки, причем не фестивали хендмейда, где тусуется молодежь, а солидные выставки, солидные магазины, ориентированные на средний возраст. Например, площадка кукольника Ирины Горюновой – исключительно выставки и галереи для богатых людей за пятьдесят.

Бывает, что сам творческий продукт направлен на совершенно иную возрастную группу. Например, такому автору за сорок, его стезя – пластика, и особенно ему удастся сладкая тема: серьги и кулоны с пончиками, пирожными, кусочками торта. Выполнены они столь качественно, что впору брать их в музей (если бы такой

существовал), но тем не менее не продаются. Тем временем у молодых девчонок, только-только взявших пластику в руки, пончики нарасхват! Грубые, неуклюжие, с отпечатками пальцев и по той же цене!

А все дело в том, что такой творческий продукт покупают совсем молоденькие, и им легче купить «тортики» у ровесницы, да и качество исполнения им не важно.

Прежде чем определиться и с творческим продуктом, и с местом ваших действий, проясните для себя ситуацию с вашей клиентурой. Это всегда полезно. Какого она возраста, достатка, пола, семейного положения. А после ориентируйтесь на нее – реклама, сайт, магазин, даже ваша внешность должны соответствовать клиент-группе, отвечать ее потребностям.

Учтите, чем дороже ваш продукт – тем старше ваши клиенты.

Чем более успешен и известен автор, тем шире возрастная группа, которую он охватывает. Даже если вы молоды, но уже успешны, то станете авторитетом в глазах более взрослых людей. В начале же творческого пути обеспечивайте своими «шедеврами» ровесников.

Но даже от преуспевающего художника-витражиста лично я, оказавшись в роли покупателя, вряд ли захотела бы выслушивать пассажи о Ренессансе или классицизме, все-таки художник и искусствовед – это разные понятия. Первый воздействует на наше зрение, его работы – пиршество для гурмана-визуала, а наши клиенты – именно визуалы. Второй воздействует на слух и логическое мышление. Теоретизирование для меня – совершеннейшая скукота, я на слух не воспринимаю ничего, кроме музыки или рассказов о личной жизни. Вот где эмоции!

Поэтому если хотите блеснуть своей эрудицией, не стоит этого делать в присутствии клиента. Из визуального мира красоты вы погружаете его в пустыню логических построений, клиенту вы виделись создателем прекрасного, а превращаетесь в «учебник на ножках».

Глава 5

На что потратить и где сэкономить

Когда творческий человек начинает свой бизнес, он полон романтических идей, как это все будет красиво. Девочка плетет украшения из бисера и мечтает о собственном магазинчике с искрящимися витринами. Мальчик с художественным образованием мечтает открыть дизайн-студию с неформальной обстановкой. Мансарда в центре города, крыши старых домов за окном... А талантливый (по словам родственников) студент Суриковки спит и видит собственную галерею, именитых гостей, выставки и шампанское...

Прямо слюнки текут, до чего же мечты красивые, сама этого хочу, всего и сразу!

И вот начинающие бизнесмены с горящими глазами берут в долг кучу денег, бегут в типографию – визитки красивые печатать, заказывают роскошные сайты с первыми местами в поисковиках, платят аренду за студию, ремонтируют помещение на свой вкус, покупают мебель... В итоге с конфетной оберткой все в порядке, блестит и переливается, а внутреннего содержания никакого нет.

Где начинается тщеславие, там кончается разум.

Мария фон Эбнер-Эшенбах

А где же конфета? Ведь ее подавай потребителям-сладкоежкам. Ко всему прочему, они все избалованы огромным ассортиментом «сладостей» и почитают себя знатоками.

Домен в интернете купить не помешает, это не такие большие деньги. С течением времени он будет постепенно продвигаться вверх в поисковиках. В тот момент, когда вы сможете заполнить ваш сайт действительно прекрасными картинками и стоящей

информацией (когда у вас будет что сказать и показать людям), потребители его найдут, и при этом достаточно легко.

Вернемся к наивным инициаторам. Инициатор – тип личности, который легко загорается какой-то идеей, готов вложить уйму денег в проект, энергично убеждает кредиторов, ждет быстрых результатов и которого нужно окатить ушатом ледяной воды! Хотя это вряд ли убережет дураля.

Вообще-то, я сама такая же дура-мечтательница, мне просто повезло: у меня муж аналитик, поэтому изначально не повелся на мои проекты и потребовал от меня четкий бизнес-план, а увидев его – не дал мне денег на красивые глупости. А ведь тоже хотелось иметь прекрасный сайт!..

Его друг фотограф, тоже любитель помечтать, хочет прославиться, поэтому продал машину (хорошо, не квартиру), дабы вложиться в нереальной крутизны сайт. На сайте будут предлагаться услуги фотографа девушкам-моделям, ведь красивые портфолио так нужны в их профессии...

В то же самое время на сайтах знакомств, в «Одноклассниках» и «ВКонтакте» часто попадаются профессиональные портреты с фамилией фотографа в уголке. Такой фотограф просто устраивает «месяц за полцены», к нему валом идут клиенты – всем хочется хорошо выглядеть на своих интернет-страничках.

Такие фотографии популярны, их легко найти, они всегда при деньгах и клиентах. Это люди, которые разумно используют свои средства. Когда такому фотографу придет на ум сделать себе роскошный сайт, у него уже будет огромная клиентура и известность, богатый опыт портретной съемки и, что более важно, опыт общения с людьми. Это будет сайт профессионала.

И ему не придется продавать машину.

Для того чтобы жить хорошо, человек должен научиться правильно расходовать деньги.

Силован Рамишвили

Есть в интернете портал, где собираются истории бизнесменов. Он называется «Свое дело: бизнес-планы и руководства по открытию бизнеса».

На главной странице есть каталог, на каждую букву алфавита несколько, иногда десятков, видов бизнеса. Например, на «А»: автосалон, автосервис, автокинотеатр, авиакомпания, агробизнес, альпинизм промышленный, аптека и т. д. и т. п. Каждому из видов бизнеса посвящено по несколько статей.

Так вот, на этом портале вы можете прочесть истории бывалых, и часто это истории банкротов.

Например, про девочку, открывшую магазинчик бижутерии, который окупился **только через год!** Про молодых мамочек... У них, кстати, прорва творческой энергии, из них получилось очень много прекрасных Дизайнеров!

Но в данном случае молодые мамашки не умеют ни шить, ни рисовать, зато готовы создать детскую коллекцию одежды. Их идеи гениальны (сами пишут)! Как не поверить... И они готовы нанять швей, купить оборудование, арендовать помещение, придумать и зарегистрировать марку... А то, что детские товары подлежат обязательной сертификации, а их качество строго контролируется, зачем им думать об этом?..

Кстати, когда я родила сына, то за полгода накатала историко-приключенческий роман... Такие вот мы, отчаянные домохозяйки.

Однажды мои покупатели высказали пожелание получать вместе с бусами, которые они покупают в подарок, красивые этикетки с надписью «авторская работа». Ведь когда даришь такое украшение, одаряемый больше ценит подарок.

С этикеток, на которых не хотелось писать длинный адрес моей странички в ЖЖ, мысль перескочила вот на что: а не сделать ли мне настоящий сайт с запоминающимся адресом и удобной структурой? Подключить дизайнера разработать собственный стиль (и для сайта,

и для этикеток)... Мысли об этом были приятны, думала бы и думала, как все будет красиво, индивидуально, узнаваемо...

Пока не разложила все на бумаге. Изначально нужны были этикетки для разовых подарков. Уточню, что бусы в подарок у меня покупают нечасто, раз в месяц. Счастливчик получит невероятной красоты этикетку с адресом сайта на обороте. Зайдет ли он на него – большой вопрос! И для этого «одного в месяц» создавать сайт в дизайнерском оформлении? Который обойдется мне в немалую копеечку.

Итог: я решила ограничиться интересными этикетками – и на этом вложения в «конфетную обертку» пока закончить.

Во что же вкладываться, спросите вы.

Не торопитесь транжирить деньги. Понемножку вкладывайте в ваш творческий продукт. В материалы, оборудование – чтобы ваш продукт становился интереснее публике, чтобы покупатель чувствовал в вас потенциал, видел, что вы не стоите на месте. Оттачивайте индивидуальный стиль.

Но с покупкой материалов не перебарщивайте. Часто авторы «перерастают» материал, купленный еще полгода назад. Такому автору подавай материал получше, покачественнее, поинтереснее, постепенно он узнает места, где такой материал «водится». Залежи устаревшего материала уже не вдохновляют, несмотря на то что в него была вложена куча денег. Поэтому поначалу покупаем материал в расчете на ближайший сезон. Когда же выработается собственный стиль, автор поймет, какие материалы для него базовые и нужны постоянно, а состав каких будет постоянно корректироваться.

Вкладывайтесь в раскрутку! Пусть о вас узнает как можно большее количество людей. И попробуйте это сделать самым дешевым способом. Раскидываться деньгами будете тогда, когда у вас будут прибыли, позволяющие делать это.

Подлинное счастье стоит недорого: если за него приходится платить высокую цену, значит это фальшивка.

Коко Шанель

Недавно смотрела фильм «Социальная сеть», так вот, Facebook раскрутился до шестисот миллионов пользователей, имея стартового капитала всего тысячу долларов.

Молодые компании, выпускающие одежду, тоже стараются сэкономить на рекламе. Например, снабжают своими образцами модных блогеров с условием, что те будут фотографироваться в их одежде, а внизу фоток укажут название марки.

Они понимают, что молодежь чаще узнает о новинках моды не на показах или из гляцевых журналов, а листая интернет-странички модных блогеров, где можно увидеть, как выглядят тренды сезона на обычных парнях и девушках.

В самом начале, когда осталась без магазина и задумалась о продвижении в интернете, я поняла, что мне нужны хорошие фотографии моих изделий. А чтобы сфотографировать бусы, необходим манекен-шея, на которой будет видно, как они смотрятся. Я поговорила с бывшей продавщицей моего магазинчика Юлей, когда-то она работала в ювелирном бутике. И через неделю у меня были две прекрасного качества «шеи», причем совершенно бесплатно.

Хорошего фотоаппарата у меня тоже не было. Но зато мой брат жил с девушкой, у которой был профессиональный Canon, и они увлекались фотографией. Я напросилась сфотографировать мои бусы. А впоследствии пользовалась их услугами еще несколько раз.

Из Подмосковья мне приходилось ехать на другой конец Москвы, около трех часов в одну сторону.

Когда я приезжала, то стучала в окно – квартира брата находилась на первом этаже, звонка не было, а сам он в это время еще спал – он же свободный художник компьютерной графики! Разбудить его

звонком по телефону было невозможно, приходилось стучать в окно. Потом поила брата кофе, пару часов «расшевеливала», готовила обед, и вечером, когда приходила Лена, мы приступали к съемке.

Лена (спасибо ей огромное!) смастерила из картона, оклеенного белой бумагой, бокс. Лампы были куплены в магазине «Электроприборы». Съемка занимала несколько часов: я привозила с собой десятки бус, и все их приходилось фотографировать в нескольких ракурсах.

Скажу честно, после первой фотосессии Артем с Леной не очень-то желали меня видеть снова. Но через пару недель я опять была у них.

Я рассказывала мужу о том, как мы фотографируем, о разных ухищрениях и экспериментах, к которым прибегал Артем. Муж заинтересовался этим всерьез и в один прекрасный день купил полупрофессиональный фотоаппарат, принес с работы бокс и специальные лампы. С этого момента мучения Артема и Лены закончились. За терпение и участие я им очень благодарна.

Мой маленький бизнес развивался постепенно. Я совершенно не вкладывалась в раскрутку, размещая свои работы в интернет-блогах. Материалы, которыми пользовалась, были на первых порах простыми, купленными по случаю, да я и не располагала большими средствами, чтобы основательно вложиться в качественную фурнитуру и бусины.

В интернете мои работы не расходились, блог в liveinternet оказался для моего творческого бизнеса совершенно бесполезным. Мои бусы брала к себе на работу мама, показывала офисным девчонкам, и именно они стали моими первыми клиентками.

Недавно зашла к маме на работу: оказалось, что там меня все знают, а я – никого, ужас!

Через некоторое время познакомилась в Сети с очень творческой девочкой Юлей Рогозиной из Новосибирска.

Думаю, мы еще о ней услышим! С ее подачи я заменила аватарку с цветочками на собственную фотографию (ведь покупатель больше

доверяет продавцу, если видит его лицо) и попробовала покупать материалы через интернет.

У нас с Юлей был своеобразный дружеский бартер: я взяла на себя роль ее личного тренера, а она учила меня заказывать по интернету за границей.

Поверьте, вы получите то, что хотите, если сами можете предложить что-то другим. Помогите другим, и они помогут вам!

На выбранном вами пути поддержка может прийти оттуда, откуда вы ее совсем не ожидаете. Мне даже кажется, что, достигая определенной ступени, человек откуда ни возьмись получает помощь, чтобы взобраться на следующую ступень.

Во что вкладывать деньги, каждый решает сам. Я – за экономичный стартап. В качестве примера приведу расклад моего бюджета.

Поначалу 100 процентов средств я вкладывала в материалы. Для раскрутки пользовалась бесплатными блогами и помощью бесплатного агента – моей мамы.

Фотоаппарат и фотооборудование мне достались на халяву – предлагаю и вам обдумать все халявные пути получения чего бы то ни было для вашего бизнеса.

Можно это сделать прямо сейчас.

Что я могу получить для своего бизнеса бесплатно?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

И только? А если подумать?

.....
.....
.....
.....

Например, когда я стала шить авторские мешочки для подарков, мои вложения были минимальными, поскольку одна из моих клиенток-подружек оказалась портнихой и привозила мне остатки красивой органзы. Опять халявка!

Сразу вкладывать в творческий проект много средств опрометчиво. Когда нет особых вложений, человек просто играет в занятную бизнес-игру, проверяет свои силы, пытается добиться успеха. Это не Дело Всей его Жизни! Есть запасной выход, в случае неудачи все можно бросить. Такой человек ощущает себя свободным, чувствует себя хозяином положения. Ему не грозит банкротство, а это такая неприятная штука...

Вложив в проект крупную сумму, вы психологически попадаете в ловушку. Вы уже **обязаны отработать** вложенное. Обязаны перед собой. По возможности быстро. Иначе почувствуете себя дураком и неудачником.

А если быстро не получается (а успех обычно не приходит сразу), начинается депрессия, потому как заставляя себя работать, охотиться за клиентами, думать о прибыли – уже не в радость.

Но некоторых подобная стрессовая ситуация заставляет вертеться, думать, искать, провоцирует на смелые шаги, неординарные действия. Такому типу личности, возможно, удастся оправдать собственные ожидания, окупить вложения и... выйти в ноль. Интересно, за какое время? Надеюсь, не за год. Вспомнилась история о магазинчике бижутерии.

Наградить человека честолюбием, не наделив талантом, – самое большое зло, какое может причинить ему судьба.

Люк де Вовенарг

Согласен ли кто-нибудь из нас только по истечении года **начать** получать прибыль? Сохранится ли мотивация продолжать? Год

энергичных усилий потрачен только на то, чтобы наконец иметь **ВОЗМОЖНОСТЬ** получать деньги.

Инициаторы страдают еще и оттого, что их проекты, как правило, носят сиюминутный характер. Планы грандиозные, но что будет с проектом через год? С течением времени все сильно меняется. Арендная плата растет, торговые центры оккупируют сети, и ваш магазинчик бижутерии (вот он мне дался!) легко сменит популярный Accessories.

Конкуренция не дремлет. За год ваш сайт, магазин, ассортимент устареют, потребуются новые вложения. Опять? Ведь вы только окупались / вылезли из долгов? Опять. Потому что бизнес должен развиваться, чтобы оставаться успешным и конкурентоспособным.

Поэтому сохраняем свои силы и свои деньги. Они нам понадобятся.

Ваше благополучие зависит от ваших собственных решений.

Джон Рокфеллер

Глава 6

Идеальная схема бизнеса

У любого бизнесмена-новичка есть идеальное понятие о том, как следует развивать свой бизнес.

Например, хендмейкер спешит зарегистрировать себя в качестве Индивидуального Предпринимателя. Собирается отчитываться перед налоговыми органами по упрощенной схеме. А еще поручает все бухгалтерские дела специализированной фирме, ведь его дело – творить, а не отчеты писать!

Делается это из страха перед нашим государством, которое наверняка отомстит за малейшую возможность заработать без его ведома, найдет на бедного хендмейкера «людей в черном» и, чего доброго, посадит в тюрьму.

Так вот, уверяю вас, что это не так.

В Гражданском кодексе предпринимательство определяется как «деятельность, направленная на систематическое извлечение прибыли». Творчество, хоть и на продажу, как раз и отличается тем, что нерегулярно, и его результаты сложно предсказать. Придет ли к автору вдохновение несколько раз в неделю или в год? Сотворит он несколько шедевров в месяц или один за всю жизнь? Сколько сможет продать? Все это неизвестно. И в сравнении с систематическим производством и сбытом фабрики тех же игрушек, кукол, предметов интерьера или украшений, деятельность творца не может назваться регулярной, систематической. Это не палатка, торгующая овощами или магазин тканей, автор не покупает-продает. Он не торговец и не производитель, он – создатель авторских произведений. Никто не заставляет композитора или писателя становиться ИП, это нонсенс! Даже если этот писатель «выдает» по детективу в месяц, и налицо «систематическая деятельность».

И четкого определения понятия «систематичность» в законодательстве нет. Продав художник одну картину в год, но за миллион рублей, налоговый орган наверняка поспешит найти в его действиях систематичность. Систематичность точно постараются доказать, если хендмейд – ваш единственный источник дохода. Если вас содержит муж или вы числитесь работником в офисе, ваши продажи хендмейда вряд ли подпадают под определение систематичности.

В настоящее время в законодательстве относительно нас, авторов, существует много непроясненных моментов. Юристы, экономисты, аудиторы спорят друг с другом. В интернете можно найти ворох мнений и множество противоречащих друг другу консультаций «специалистов». Наверняка в будущем ситуация прояснится.

Пока что ситуация такая: «нерегулярно» продавать свои авторские произведения каждый может просто как человек (а не ИП), как продают свои квартиры, дачи, сотовые телефоны и другое личное имущество. По таким сделкам Налоговый кодекс требует отчетности – в виде декларации о доходах, которую подают один раз в год – перед 30 апреля.

Главное, что можно поставить в вину при совершении таких сделок – ущерб государству. Если ущерб не нанесен (налоги заплачены), то нет никакого состава преступления. И дело здесь не в том, что налоговики не заинтересуются вашими мелкими сделками. Просто если они увидят в ваших действиях систематичность, самое «страшное», что они сделают – порекомендуют вам зарегистрировать ИП. Поэтому не суетимся. Просто платим налоги и живем спокойно.

Тем временем новичок старается все делать «по правилам», поэтому регистрирует свое ИП, начинает отчислять налоговые сборы сразу, хотя и доходов-то пока никаких нет... Но как же не отчислять? А вдруг, государство, увидев пустой отчет, решит, что я обманываю его, и найдет... (читай выше).

Если речь не идет об открытии собственного магазина, то следующим этапом идеальной схемы идет сотрудничество с магазинами, «оптовиками». Например, с магазинами подарков или художественными салонами. Хендмейкер начинает одиссею: обзванивает или заваливает их письмами, а то и навещает лично с заветными образцами в руках. Новички так действуют потому, что боятся продавать сами, боятся иметь дело с живыми покупателями и их эмоциями. И хотят переложить эту ношу на посредника. Да и размещение изделия на полке солидного магазина тешит их самолюбие.

Обычно хождение по «оптовикам» ни к чему не приводит. Или приводит к тому, что пара магазинов из сотни соглашаются взять изделия на реализацию.

Если одиссея ни к чему не привела, бизнесмен-новичок делает вывод: выгляжу я несолидно, визиток нет, в письмах дал ссылку на блог, потому что у меня даже собственного сайта нет! Понятно, почему никто со мной не захотел иметь дело. Я даже не зарегистрирован в качестве ИП!

Начинается активный период придания себе солидности, суеты... и траты денег. У хендмейкера появляется шаблонный сайт, визитки, может быть, даже свидетельство о регистрации в качестве ИП. Ведь резонно, что магазины скорее захотят иметь дело с ИП, получить документацию на его изделия, заключить с ним договор, им, при случае, самим будет что показать Страшной Налоговой Инспекции, когда она спросит, откуда появилась эта кукла/картина/шарф, по каким документам проходит...

Как бывшая владелица магазина подарков хочу вас заверить, что магазин всегда придумает, как отчитаться по вашей кукле/картине/шарфу. И что магазину совершенно не важен ваш официальный статус, наличие сайта и визиток.

Мне кажется, блог даже интереснее рассматривать, чем шаблонный сайт. В блоге большие картинки, есть комментарии, посетитель получает больше информации. А сайты с их маленькими

окошками, в которых толком ничего не разглядишь, лично меня только отпугивают.

Обычно у магазина подарков свое представление о том, что хорошо продается. Хозяин может рискнуть, если ваше произведение ему понравилось и если оно легко вписывается в ассортимент. Но не ждите повального спроса на свою продукцию. Ну, будут реализовывать по паре ваших изделий в месяц. Сделает ли вам это погоду? Ведь проходимость у обычного магазина подарков невелика, в день его посещают от силы полсотни человек.

Обретя сайт, сложнейшую конструкцию, требующую много времени для заполнения его новинками, и пр., и пр., «посолидневший» автор тем не менее все равно не получает желанных предложений от магазинов о сотрудничестве.

Зациклившись на откликах в реале, автор задумывается о рекламе. «Все дело в ней, – размышляет он. – Бизнес не идет, потому что никто обо мне ничего не знает!»

Поднять свой сайт в рейтингах Яндекса и Google означает платить до тысячи долларов ежемесячно, а это хендмейкеру не по зубам. Вот если бы был изначальный капитал, дела бы пошли совсем по-другому...

В том-то и загвоздка, что был бы у тебя, глупый хендмейкер, изначальный капитал, ты потратил бы его впустую! Если умудряешься сейчас, еще не имея ничего, бездумно трать налево и направо. Зато ощущаешь себя «крутым» бизнесменом, развиваешь свое дело «по правилам».

И вот хендмейкер всерьез задумывается о рекламе в печатных изданиях, в журналах... Если вы думаете, что все это – мои выдумки, то вы глубоко ошибаетесь, я это слышала своими ушами.

Считайте свои деньги!

Если вы пребываете в постоянном минусе из-за вложений, которые, по вашему мнению, когда-нибудь окупятся, не тешьте себя иллюзиями! Или вы расцениваете ваше занятие как хобби – просто проводите время за увлечением, не занимаетесь поиском клиентов, нет стремления заработать. Или целенаправленно развиваете Дело. Дело должно начать окупать себя через несколько месяцев, через полгода начать приносить прибыль. А через год вы должны вполне сносно жить на свой доход.

Если этого не происходит, вы где-то застряли.

Выкиньте из головы стандартные схемы развития бизнеса! Развивайте его неправильно! Действуйте в обход правил! Идите своим путем! Подходите к бизнесу творчески!

Интернет предоставляет массу возможностей бесплатно себя прорекламирровать. Хватит сидеть в болотце своего сообщества игрушек или батика, расширьте границы и перейдите хотя бы в сообщество ручной работы. А дальше – определите целевую аудиторию и ищите их, своих клиентов.

Если занимаетесь скрапбукингом – вам прямая дорога в сообщества свадеб и молодых мамочек. Невесты и матери младенцев так любят красивые фотоальбомы!

Если создаете одежду – в интернете полно фэшн-блогов. Такие блоги пользуются бешеной популярностью. Хозяйки раскрученных блогов не прочь сфотографироваться в вашем изделии и порекламирровать его и вас, если вы подарите им это изделие. Или создайте собственный фэшн-блог!

Недавно мне рассказали историю о декупажнице, которая вышла на фан-клуб Филиппа Киркорова, и теперь к ней выстраивается очередь из желающих получить шкатулку или бокал с портретом известного певца. Вот вам пример нетрадиционного подхода в бизнесе.

Не действуйте по шаблонам, думайте головой!

Глава 7

Дао лентяя

Чтобы получать от своего дела удовольствие, нужно создавать себе поменьше трудностей.

Если вы человек пенсионного возраста, а вы с компьютером и интернетом, с фотоаппаратом знакомы на уровне щелканья «мыльницей», то зачем вам заводить собственный сайт? Чтобы расстраиваться? А поводы для расстройства найдутся: фотки плохие, стыдно выкладывать, сайтом заниматься некому, внукам-детям-мужу неинтересны ваши интернет-потуги... Зачем во все это ввязываться? Осваивайте другие, более доступные территории сбыта.

Я захотела выставлять свои работы в интернете, потому что муж «рулит» в этой теме и мог мне в случае чего помочь.

Постарайтесь выбрать самый легкий путь достижения цели.

Творческий человек на то и творческий, что может пораскинуть мозгами и придумать, как ему легче всего получить желаемое, куда направить свои небезграничные силы, на что потратить ценное время.

Лучше не киснуть одной/одному, а подключать всех к своему делу. Кто чем сможет – пусть поможет!

Вот тут и познается, что вы представляете собой как человек. У доброго-общительного сразу найдется куча «болельщиков», а волку-одиночке придется все проблемы решать одному, дело будет продвигаться со скрипом. Если люди вас не поддерживают и не помогают вам, не обижайтесь на них, они-то здесь ни при чем.

Я заметила одну вещь: люди помогают нам, чтобы самим чувствовать себя лучше. Например, моему мужу нравится, что я «вся такая творческая», что мне пишет множество почитателей, что он может пофотографировать меня, красивую. И при случае мной похвалиться, такой необыкновенной!

Муж кукольника Ирины Горюновой, потеряв в кризис работу архитектора, стал оформлять павильоны жены на выставках. Вскоре его необычный дизайн заметили и стали приглашать оформлять залы, показы, выставки.

У многих авторов есть помощники, которые их продвигают, во всем помогают, готовы ездить по клиентам и снимать мерки. Потому что чувствуют свою причастность к чему-то очень классному, они тоже хотят немножко в это поиграть, им от этого хорошо.

А у других вроде бы и есть возможность вам помочь (например, крутой фотоаппарат и мастерство фотосъемки), да только от помощи вам им ни жарко ни холодно.

Помогут, если считают вас талантом. Если готовы визжать от восторга, увидев ваши вещи. Тогда обязательно за вас подумают, как помочь такой непризнанный талантище (пропадает же гений!) пристроить, сразу вспомнят важную информацию, направят. Потом будут похваляться знакомством с вами. Принять участие в судьбе таланта всегда приятно.

Одна моя знакомая безбедно жила до кризиса, проводя по полгода в Европе. А получилось у нее это, потому что встретила человека, который захотел ей помочь. Оценив необычно связанные вещи, благожелательница направила мастерицу на Средиземноморье, четко наказав, что следует делать: по вечерам вязать на террасе отеля, будто бы от скуки.

Так моя знакомая и сделала. Отдыхающие немки и француженки тут же заказывали связать им что-нибудь. На вырученные деньги рукодельница не только оплачивала проживание в отеле на протяжении всего сезона, но и благополучно проводила зимние месяцы в России.

Прежде чем что-то начать делать – несомненно, нужно подумать, с какой целью вы это делаете и на какой результат рассчитываете. И будет ли от этих действий прок. Если вам взбрело в голову освоить мыловарение, чтобы клиентам, купившим у вас мишку тедди, дарить милый сюрприз – мыло ручной работы, нужно чуток притормозить...

О таких планах я слышала из уст одного автора, та собиралась даже посетить мастер-класс по мыловарению. Я поинтересовалась, сколько времени и средств она потратит на это? Действительно ли она думает, что такие подарки привлекут к ней клиентов, и те будут возвращаться из-за мыла, или все-таки вернуться, потому что теддики хорошие? На что девушка ответила мне, что просто это от души, она просто любит дарить подарки! И в ее интонации даже слышался укор мне, бесчувственной.

А я подумала, когда же наши люди научатся хендмейдом зарабатывать? Не раздавать свои работы направо и налево, не платить за мастер-классы ради сомнительных подарков, а ценить свое время! Если уж хочется чему-то поучиться, можно пойти повысить «квалификацию» – чтобы работы стали еще лучше и цениться начали больше. Без всяких мыл.

Если хочется понравиться клиенту и вложить куда-то деньги – вложите в красивую упаковку, в какие-нибудь замечательные крафт-пакеты с изображением медведя.

Другое дело – если для вас хендмейд только хобби. Пусть окупаемое. Пожалуйста, тратьте время на то, что совершенно не принесет результата. А кто-то из клиентов даже удивится, что за покупку вы его еще мылами одариваете. Можно подарить брошку – маленького мишку, вроде как символ или талисман, постоянному клиенту, который любит-обожает ваших теддикиков.

Просто год за годом не получая от дела дохода, вы его так или иначе закроете-прекратите. А чтобы не прекращать, постарайтесь добиться прибыли, а не разбазаривайте средства. Научитесь ценить свое время и усилия.

Избавьтесь в своей работе от лишних сложностей, исключите суету.

Как худеющий человек подсчитывает калории, так и вы подсчитывайте усилия, которые вам придется приложить. Стоит ли овчинка выделки или есть более легкий способ достичь желаемого?

У каждого человека свой индивидуальный подход к делу. То, что для одного легко, для другого может представлять проблему. Если вы подумаете о своих особенностях, своих плюсах, то найдете свою нехоженую «тропу к водопою». Как и подобает волшебному существу.

Глава 8

Сарафаны

С Юлей (я уже упоминала ее) мы познакомилась благодаря интернету. Она живет в Новосибирске, сама варит мыло и готовит кремы. Подружившись с Юлей, я заказала у нее умывалку для лица и осталась очень довольна. С кремом не сложилось – авторская косметика не содержит консервантов и в дороге портится. Тогда Юля посоветовала заказать крем у какой-нибудь московской мастерицы. Я подумала и поняла, что не закажу.

Оказалось, что, когда дело касается покупок лично для себя, я очень консервативный человек, долго раскачиваюсь, прежде чем решаюсь попробовать что-нибудь новое.

Мне было проще совершить экспериментальную покупку у Юли, поскольку:

- она была в «шаговой доступности» (в плане общения);
- я чувствовала себя комфортно, выясняя у нее все интересующие меня подробности;
- мне легче довериться знакомому человеку;
- я рассчитывала на легкую обратную связь после покупки.

А для того чтобы купить у незнакомца, потребовалось бы слишком много моих душевных сил. Я заранее готовлю себя к разочарованию на любом этапе: в момент знакомства, обсуждения товара и цены, личной встречи или результатов от применения крема неизвестного автора.

Человек осторожен по своей натуре, требуется очень сильное желание, чтобы он решился на покупку. Проще, если уже есть опыт таких покупок. Поэтому в творческом бизнесе сарафанное радио – самое эффективное!

Если человек узнал о мастере от знакомого, уровень доверия к мастеру заведомо выше, чем, например, просто к случайно

увиденной рекламе того же умельца.

Поэтому каждый ваш клиент – это потенциальный диктор сарафанного радио, и вы должны ценить его. Если вы действуете по принципу «купил – и с глаз долой!», вам не удастся наработать клиентскую базу (еще один циничный термин). Наоборот, в этом случае сарафанное радио разнесет о вас негативную информацию.

Именно поэтому в бизнесе выгодно быть честным и стараться угодить клиенту. Ваша репутация – залог процветания.

С Таней Дьяченко я познакомилась, когда пришла в ее салон на маникюр. Неприметное офисное здание, где она снимает две комнаты, находится на задворках, вдалеке от не самой оживленной улицы. Тем не менее ее ежедневник расписан на две недели вперед. И все потому, что она превосходный мастер и талантливый нейл-дизайнер. Таня сама придумывает рисунки для ногтей, и слава о ее искусстве передается из уст в уста.

Как это часто случается, дело само нашло ее. Таня пошла учиться рисунку по ногтям для себя, но вскоре уже работала в салоне. Через пару лет, набрав клиентуру, она открыла собственный салон. В нем уютно: диван, журнальный столик с горой модного глянца, барная стойка, за которой Таня вершит искусство маникюра и нейл-арта, огромный телевизор и прекрасная коллекция фильмов на дисках, кожаное кресло для педикюра за занавеской.

Вам подадут чай или кофе с печеньем, займут приятной беседой. Таня – интересный собеседник, творческий человек, увлекается вокалом. Ее салон просто напичкан разными средствами, приспособлениями, их такое множество и они такого качества, что поневоле проникаешься доверием к ней как к профессионалу.

Соседнюю комнату занимает парикмахер, которого Таня пригласила в свой салон, и я понимаю, что маленький нейл-салон вскоре превратится в настоящий салон красоты, причем высочайшего уровня, поскольку каждый мастер в нем уникален. Такой у Тани подход.

Меня приятно удивила и цена моего маникюра. Она была заметно меньше той, которую я заплатила неразговорчивой и неаккуратной маникюрше в моем фитнес-клубе.

Даже здесь замечаешь различие в качестве услуги, которую выполняет наемный работник (ему совершенно наплевать на клиента), и услуги, которую вам оказывает владелец, хозяин собственного салона. Второй всегда более ответственно относится к делу, поскольку от этого зависит его процветание. Он интересуется пришедшими к нему людьми, ведь они вполне могут стать его постоянными клиентами.

В чем успех Тани? Она профессионал высшего уровня, умеет удивить своим дизайном, приемлемой ценой и самое главное – Таня очень дружелюбный человек, легко находит общий язык с людьми. За время, проведенное вместе, мы подружились, и теперь я буду постоянным клиентом ее салона, это я знаю точно. И при случае, конечно, порекомендую ее своим приятельницам.

Какими еще способами можно вызвать у клиента ощущение, что вы давно знакомы и вам можно доверять?

Дать больше информации о себе и о своем продукте. Рекламный бизнес построен на том, что знакомую марку предпочтут неизвестной. Потому авторы и ведут блоги/журналы, общаются в интернете с как можно бóльшим количеством людей. Там они раскрываются как личности, становятся ближе и доступнее. Такому человеку легче довериться и рассчитывать на обратную связь после покупки.

Мой блог напоминает интернет-магазин, и мне никогда не хотелось разбавлять его своими размышлениями или историями из повседневной жизни. Но по возвращении из поездки в Японию я поместила там свои заметки с красивыми фотками всех мест, где побывала. И количество клиентов резко возросло!

Многие доверились мне, почитав о моих с мужем приключениях, – они, пусть и заочно, познакомились со мной настоящей и словно виртуально подружились.

Вот так это работает.

Постоянные клиенты – то же самое, что друзья. Вы для них не просто продавец, рукодельник, они хотят встречаться с вами снова и снова, им хорошо рядом с вами.

Принцип здесь работает такой: у чужого не хочется покупать, а у своего – запросто. С чужим не хочется общаться, а с другом поболтать приятно.

Поэтому авторы, которые знают, как это работает, делают из своей мастерской гостиную, приглашают всех желающих на «плюшкины посиделки» или на бесплатные мастер-классы, стремятся сделать свой блог/дневник местом общения и показать себя открытым, общительным, просто хорошим человеком.

Это называется имиджевой рекламой. Хендмейкер потчует читателей собственными кулинарными рецептами или заметками о жизни в другой стране, делится фотографиями и рассказами о своей кошке-сфинксе или создает фэшн-блог, где красуется в модных нарядах, а по ходу дела рекламирует свои изделия.

Чтобы люди не боялись обратиться к автору, он должен постоянно напоминать им о своей доступности.

Хочу рассказать вам об удивительном белорусском дизайнере Лилии Стаселько, ее бизнес целиком построен на сарафанном радио.

Начало истории о Лилии совершенно обыкновенное – восемь лет она проработала экономистом в одном из министерств. Интересно, что как только на работе у Лилии наметился карьерный взлет (в министерстве ее выдвигали на руководящий пост), она ушла и с работы, и из профессии.

Сделав правильный личный выбор, мы всегда получаем от судьбы подарки. Таким подарком для бывшего экономиста оказался йоркширский терьер Патрик, маленький песик, которого Лилия с мужем подарили дочери на день рождения.

В советские годы Лилия много шила, вязала, поскольку красивых вещей в магазинах было не достать. Теперь же она села за машинку, чтобы сшить Патрику комбинезончик на зиму.

Каждое появление Патрика на улице производило фурор, Лиле хотелось шить и вязать для него еще и еще. Владельцы йорков умоляли Лилию сшить и их питомцам что-нибудь подобное, а ей это было нетрудно.

Лиля говорит, что для своей раскрутки никогда ничего не предпринимала. Просто хозяйки маленьких собачек не могли не спросить у обладателей забавных костюмчиков, откуда такая прелесть. А Лиля шила все: спортивные костюмы, купальники, шубки из норки, костюмы Санта-Клаусов на Новый год и смокинги на свадьбы.

Отовсюду на нее сыпались заказы. Клиентки приносили собственные наряды и просили шить их йоркам такие же. Клоуны из цирка просили одеть всю собачью труппу. Заказывали одежду и для больших собак. Но Лиля всегда отказывалась. Она не отдавала себе отчет в том, что следовала заповедному принципу успеха в бизнесе – сосредоточиться на очень узком сегменте. Лиля обшивала только маленьких собачек, знала все нюансы и стремилась сделать одежду удобной, чтобы собачка носила ее вещи с удовольствием.

Что же до раскрутки, о ней Лиля не думала. Клиентки сами организовывали рекламные акции, приглашали Лилию устроить показ на Дне города, и собачки дефилировали в ее нарядах по подиуму. Она участвовала и в новогодних праздниках в школах, даже шила костюмы для собачьих свадеб – их устраивали хозяева зоомагазинов для привлечения внимания публики.

Вскоре Лиля уже не могла в одиночку справиться с объемом работы. Она сняла квартиру, где в одной комнате устроила мастерскую, а в другой – примерочную, и стала там принимать клиентов. Лиля наняла двух швей, и теперь занимается только дизайном и раскроем. Она говорит, что ассортименту тканей в ее мастерской позавидует любой магазин.

У дизайнера Стаселько нет ни сайта, ни блога – Лиля не очень жалуется компьютер. А поскольку живет в Минске, ее московская

подруга Татьяна взялась за раскрутку Лили в России. Татьяна говорит: «Это же невозможно, такое чудо, такое качество исполнения, а наши об этом не знают!» И сама разъезжает по клиентам – обмеряет московских собачек, выставляет фотки в интернете.

Я спросила Лилю, в чем, по ее мнению, кроется секрет ее успеха. Она ответила, что просто очень любит шить одежды для йорков, и они и их хозяева это чувствуют.

Если вы обожаете свое занятие, готовы уделять ему все свободное время, то непременно заразите своей любовью окружающих!

Глава 9

Виртуальный бизнес

Будущее – за интернетом. И даже огромная часть настоящего, как выяснилось. Молодое поколение буквально вырастает в Сети. Оно прекрасно обходится без выставок, без магазинов в реале – они специалисты в покупках по интернету. А это означает, что если ваш бизнес рассчитан на несколько лет, а может, десятилетий, – он должен уже сегодня охватывать новое платежеспособное поколение.

Когда я только создала свой первый онлайн-дневник, муж как специалист в области продаж в интернете дал мне хороший совет: там хорошо продается то, что не встретишь в обычном магазине.

Если вы предлагаете вещи, которые легко найти в любом торговом центре, интернет не ваша площадка. Да и стоит ли сочинять вещи без изюминки? Слишком это просто, даже язык не поворачивается назвать их авторскими.

Избавьтесь от стереотипов, отпустите вашу фантазию в полет и сотворите Нечто: только оно заслуживает внимания.

Интернет хорош тем, что вы можете рекламировать себя во множестве мест и бесплатно. Размещайте фотки ваших изделий в Яндексe, мейле, «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассниках», участвуйте в различных сообществах. Светитесь! Это занимает какое-то время, но оно того стоит: ваше Нечто и вас самих заметят.

Как только ваш блог станет известным, популярность будет сама работать на вас, и вам не придется заниматься раскруткой.

Чтобы ваш блог или сайт поднимался в рейтингах и его могли легко найти, нужно, чтобы он жил, постоянно обновлялся. Если каждую неделю вы будете баловать своих подписчиков новинками, они будут уверены, что на вас есть спрос, что вы успешный автор. А раз у вас все покупают, то и я, пожалуй, попробую.

Люди обращают внимание и на то, когда блог/сайт создан – сколько времени вы занимаетесь вашим делом. Чем блог/сайт старше, тем больше доверия к вам со стороны публики. Поэтому лучше начать его вести как можно раньше. Пусть работы пока никому не известны, люди со временем оценят ваше развитие.

К тому же плюс интернета в том, что вы открыты людям всего мира. У вас появятся клиенты не только из других городов, но и из других стран. И здесь вам сыграет на руку «возраст» блога – люди из других городов, отправляя вам предоплату, будут более уверены в том, что получат свою вещь. Чем больше в вашем блоге/сайте комментариев, благодарностей от покупателей, тем легче новичку совершить покупку.

Публика на разных порталах разная. На одном вашу вещь не заметят, а на другом она вызовет бурю восторга.

На mail.ru, например, люди любят общаться, комментировать, восхищаться (потому что не привыкли, если честно, к качественному хендмейду), посылать друг другу открытки по поводу и без, но боятся покупать. Нужно, чтобы они к тебе привыкли, и на это уходят годы.

В ЖЖ (livejournal.com) привыкли к покупкам по интернету, к почтовым пересылкам в другой город, мало комментируют, потому что избалованы хорошими авторскими работами, и совершают быстрые покупки. В «Одноклассниках», «ВКонтакте», и на Facebook публика кардинально отличается. Советую попробовать все!

Многие авторы, выставляя свои произведения в Сети, не пишут цены. Предлагают потенциальному клиенту спросить об этом в личной переписке. Я считаю такой подход большой ошибкой.

Дело в том, что большинство покупок совершается под наплывом эмоций. Чем больше преград вы ставите на пути к совершению покупки, чем труднее ее совершить, тем больше клиентов вы теряете.

В моей френдленте есть одна мастерица, она шьет замечательных слонов, и вот один из них мне очень понравился, пальцы тут же

набили на клавиатуре «хочу купить», только цена в блоге не указывалась. Когда же мне пришло ответное письмо с указанием цены, я была в некотором шоке. И от покупки отказалась.

Вот если бы цены указывались сразу, я могла бы заранее рассчитать свои силы, постепенно привыкла бы к таким цифрам, и когда загорелась купить слона, его цена бы меня не отпугнула.

Постарайтесь быть открытым для общения, позвольте клиенту выбрать удобный для него способ: пусть о встрече договаривается в комментариях, пишет в личку, звонит на мобильник.

Если вы сразу в общении ставите преграду, что переговоры ведете только с зарегистрированными на Ярмарке мастеров, вас воспринимают как человека, с которым трудно договориться.

Хочу сказать несколько слов о никах, когда взрослые дамы именуют себя Верочками, Зайками, Мусями, а малолетки, впервые что-то сотворившие руками, называют себя «арт-студией» или «арт-салон». Ваша цель – не смешить, а зарабатывать.

Есть еще один момент, на который хочу обратить ваше внимание, – переписка. Когда вы пишете ответ на комментарий или письмо, виртуальный собеседник не видит выражения вашего лица, не слышит интонации, он читает голый текст. Из-за этого может возникнуть недопонимание. У меня случались ситуации, когда по письмам я составляла о человеке дурное мнение, а при встрече он оказывался совершенно нормальным. Потому что это искусство – передать в письме свои настоящие мысли и сделать это так, чтобы человек их понял правильно.

Обязательно перечитывайте написанное по два раза, ставьте себя на место собеседника, читая свой текст, пользуйтесь смайликами – чтобы подчеркнуть эмоциональную сторону письма. По возможности избегайте двусмысленного юмора. Не жалейте времени обдумать письмо, даже самое короткое, переписать его заново. Потому что на той стороне любое ваше слово могут истолковать неверно.

Ваше письмо – это презентация самого себя.

Каким вас хотят видеть на той стороне? Заинтересованным, вежливым, позитивно настроенным. Собеседники будут самыми разными. Кто-то не знает, что написать, отсылает пару слов: «хочу купить», и ваша задача узнать все подробности, откуда человек, какие у него пожелания и т. д. Другие пишут длинные дифирамбы, а внизу приписку с заказом. Если вы кинетесь сразу обсуждать с этим человеком его заказ, то можете показаться хапугой. Даже не поблагодарили за полстраницы восхвалений! Айяйяй...

И постарайтесь быть снисходительным к чужому письму, не делайте поспешных выводов о человеке, его написавшем.

Иллюстрация этой главы – интервью с Ириной Любиной.

Ирина – дизайнер одежды из войлока, она живет на берегу Средиземного моря, в Черногории, поэтому общались с ней по интернету.

Все клиентки Ирины – наши соотечественницы. Соответственно, все переговоры с ними ведутся виртуально.

Сама Ирина часто шутит, что может жить в любой точке земного шара, и это никоим образом не мешает ее бизнесу, лишь бы рядом были шерсть, фотоаппарат и компьютер с выходом в Сеть.

«Странная штука – жизнь. В детстве я очень любила рисовать, занималась в разных студиях. Еще мне нравилось шить, этому учила меня моя бабушка, которая советовала усовершенствовать мои умения на курсах. Но когда после восьмого класса я собралась в швейное училище, все родные, и бабушка в том числе, ужаснулись и меня туда не пустили. А в техникум бутафоров-костюмеров-гримеров я сама не пошла – испугалась сложных экзаменов, да и ездить нужно было на другой конец Москвы.

Пошла учиться в Институт химического машиностроения на инженера. Окончание института совпало с развалом СССР, и инженеры стали не нужны.

Тринадцать лет проработала бухгалтером и все тринадцать лет ненавидела эту работу. Часто ходила в ЦДХ на разные выставки и, глядя на причудливые скульптуры, картины, кукол, мечтала: стану

художником, скульптором или кукольником, стану тоже здесь выставляться. Это было пределом мечтаний.

И вот, когда я научилась делать интересные и качественные игрушки из войлока (я начинала с игрушек), одна моя подруга предложила отнести работы в одну из галерей ЦДХ. Ура!!! Игрушки простояли там полгода, ничего существенного не продалось, но мечта-то осуществилась.

Преподаннный жизнью урок усвоила и с тех пор в выставках практически не участвую, отчасти из-за отсутствия честолюбия, отчасти из-за нежелания тратить невероятное количество усилий на подготовку. Да и достаточного количества свободных работ никогда не набирается».

Помните, я писала о молодых мамочках, полных кипучей энергии? Забеременев, Ирина оставила опостылевшую работу бухгалтера и увлеклась созданием игрушек из войлока. Со временем выросло ее мастерство, Ирина перешла на более крупные проекты, стала создавать сначала сумки и палантины, а потом туники и пальто. Галерея работ Ирины поражает воображение: фантазийные переходы тонов, продуманные сюжеты, изысканные декоративные элементы, великолепные ткани под основу.

Так все и происходит. Сначала вы начинаете заниматься тем, к чему лежит душа, а почувствовав вкус свободы, понимаете, что сможете и жить там, где хотите – у моря и гор.

Мечты сбываются!

Часть IV

Где продать свой хендмейд

Какая самая выгодная точка сбыта?

Та, которая соответствует складу вашего характера!

Например, профессиональным художникам часто бывает трудно вести блоги. Не складываются у них отношения с клавиатурой. Если требуется изложить свои мысли – им проще написать от руки, на бумаге. Перепечатывать потом – лень. А вот людям, окончившим гуманитарные вузы, привыкшим к печатной работе над курсовыми и дипломом, вести блог легче.

Некоторых авторов коробит мысль о продаже своих работ, выставка-ярмарка представляется им чем-то вроде рынка. Соответственно, им лучше поискать другое место для представления своих работ и не мучить себя понапрасну – ведь у такого автора никто ничего на ярмарке не купит.

В выборе точки сбыта большое значение имеют рекомендации друзей. Автор с доверием относится к чужому опыту. А если есть возможность спросить совета, как лучше на этой точке продавать, тогда и подавно!

Если с первой попытки поймал удачу, легко вдохновляешься продолжать. Пусть в дальнейшем будут и падения, первый успех помнится долго! И наоборот, первые неудачи запросто сбрасывают хендмейкера с избранного им пути. Не пошло у него на выставках, он больше туда и не сунется, хотя мог бы путем проб и ошибок наработать богатый опыт и повернуть ситуацию в свою пользу. Не получилось с магазинами – автор будет на каждом углу вещать, какое это гиблое дело!

У каждого человека есть сильные стороны, а есть слабые. Нужно правильно использовать сильные стороны, а для начала понять:

в чем они заключаются? Потом сопоставить их с каждым из «мест продаж», представить в этом месте Себя.

Начнем.

Глава 1

Выставки-ярмарки

В каждом крупном городе проводятся ярмарки и фестивали, где вы можете продать свой хендмейд. Это могут быть предновогодние ярмарки сувениров или молодежные фестивали, тематические выставки, например выставки самоцветов, кукол или мишек тедди.

Как же заработать на ярмарке?

Ведь мы не хотим, чтобы зарабатывали только устроители, причем на нас. А часто так и происходит, когда автор за дни выставки с трудом окупает только выставочное место. Это означает, что он не только потерял несколько дней своей жизни, но и бесплатно раздал несколько своих работ.

Расходов и «геморроя» много:

- Оплата выставочного места. Сумма может составлять от 350 до 600 долларов и выше.

- Иногда для участия в выставке требуется свидетельство ИП (надо ли связываться?).

- Довезти до выставки свои изделия (скорее всего, на машине).

- Красиво и удобно разместиться (оплата дополнительного оборудования или оно привозится и увозится с собой).

- Ассортимент на разный кошелек. Обычно к дорогим работам требуется «довесок» в виде кучи мелочевки стоимостью в пределах тысячи рублей. То есть, готовясь к выставке, нужно не создавать шедевральные объекты искусства, а элементарно ремесленничать.

- Ну и если вы едете на выставку из другого города, это, конечно, расходы на проезд и размещение в гостинице.

Хорошо, вы решились пуститься в эту авантюру, трудности вам не страшны. Как же все-таки не прогореть?

Для начала посетите эту выставку. Лучше с блокнотиком и фотоаппаратом. И смотрите, запоминайте, записывайте,

фотографируйте.

Много ли посетителей? Хотя раз на раз не приходится. Какие люди пришли, с деньгами или покупатели дешевой мелочи? Понаблюдайте. Если выставка хорошая, людей – не протолкнуться, значит организаторы вложились в хорошую рекламу.

Обращайте внимание на все. Какое оборудование предоставляют? Просто стол или целый павильон, сразу примеривайте это на себя: как моя продукция будет размещаться на этом столе? Сколько ее нужно, чтобы все выглядело привлекательно? Нужен ли какой-нибудь крупный объект, привлекающий к вам внимание?

Можно взять с собой одно из ваших изделий и прикидывать, как оно будет смотреться, потеряется ли оно на этом крупном столе или нет.

Смотрим, чем столы покрывают, как их оформляют, ставят ли манекены, вешают ли зеркала, чем привлекают публику к своему месту. Это могут быть обычные разноцветные шарики или старые потертые чемоданы, создающие атмосферу а-ля винтаж.

Что будет размещаться позади вас и как можно использовать задник? Если это павильон, можно ли разделить его на двоих авторов-продавцов, чтобы меньше платить? И как в таком случае разместиться не в ущерб друг другу?

Сколько нужно продукции, чтобы ее было заметно в павильоне? Как его оформить? Какие ухищрения придумывают другие авторы для оформления? Как закрепляются стенды и полки, на что вешают изделия? Где располагают личные вещи? Особое внимание обратите на места, где выставлены изделия по вашей теме.

Прикинули, обдумали, записали? Посидите-отдохните в кафешке, если она предусмотрена на территории выставки, и снова за работу! Опять ходим по выставке и наблюдаем за авторами-продавцами. Как они ведут себя, как общаются с клиентами? Ведь никто из них не привлекает внимание посетителей стандартной фразой: «Вам помочь?» Кто-то сидит букой в углу, вы ведь не хотите быть нелюдимым и безденежным? Наблюдаем, слушаем.

Обычно успешные ярмарочники улыбаются, предлагают все трогать и примеривать, обо всем спрашивать.

Нужно быть готовым к тому, что вашу вещь потрогают десятки рук. Игрушки будут тискать, мыло нюхать, палантинами укутывать шеи, а летом (особенно если выставка на свежем воздухе) – шею, мокрую от пота. Приготовьтесь к этому. Потому что на выставке ваше сопротивление будет выглядеть нелепо и неприятно. Если не хотите, чтобы ваши вещи мусолили, – откажитесь от выставок, не мучайте себя этим зрелищем.

Авторы, знакомые с психологией покупателя, специально предлагают ему взять вещь в руки. Почему? Потому что покупатель получает новые сведения о вещи – с помощью тактильных ощущений (или обонятельных – если вдыхает аромат) – и как бы примеривает вещь к себе, своему самоощущению, немножко сродняется с ней. Потрогав ее, он почувствует больше, чем просто увидев. Поэтому предлагайте подержать в руках, предлагайте накинуть на плечи, предлагайте надеть на шейку и посмотреть в зеркало – пусть человек на немножко ощутит вещь своей и поймет, как это. Хочет ли он, чтобы это ощущение продолжилось.

Потрогает – приятно, понюхает – вкусно, померяет – красиво, и купит, потому что захочет, чтобы это «приятно/вкусно/красиво» оставалось с ним!

Хорошо, если покупатель будет знать примерный порядок цен. Большинство людей застенчивы, и только единицы решатся вас спросить. Поэтому если на вещах определенной серии будет крупный ценник – это вам на руку. Не мелкие разные ценники на каждой вещи – покупателю потребуется копаться, напрягать зрение. Приведите цены к общим знаменателям по категориям – упростите клиентам задачу. Готовим ценники заранее.

Опытные продавцы не делают ценников, их отсутствием они вынуждают покупателя идти на контакт и, взглядом оценивая его платежеспособность, сообщают разную цену. Новичкам же

пригодятся и ценники. Да и многие опытные продавцы, у которых несметное количество товара, пользуются ценниками.

Бейджик с вашим именем на груди упростит клиенту задачу общения с вами. И если организаторы выставки не позаботились о таких бейджиках, позаботьтесь о нем сами.

Если рядом с изделиями разместить фирменную упаковку, крафт-пакеты, например, с логотипом автора или хотя бы просто мешочки из органзы – то те, кто присматривают вещи в подарок, обязательно обратят внимание и на этот момент – что вы подарок можете сразу упаковать, и думать им об этом специально не придется. Поэтому запасаемся удобной упаковкой.

Изучите не только приемы работы авторов-продавцов с клиентами, но и их ассортимент. Ведь по сути это конкуренты, и вы можете оказаться соседями по следующей выставке. Соответственно, ваши изделия должны чем-то отличаться от других в той же тематике. Чтобы вас запомнили.

Изучаем не только ассортимент, но и количество изделий, которые автор взял с собой на выставку. Наверняка то, что на столе, – еще не все. Опытный ярмарочник знает, что в удачные дни могут смести все, и его стол останется пустым. Поэтому в его сумке под столом – дополнительная партия изделий. Обычно мастера рассчитывают, что выкупится треть того, что они взяли на ярмарку.

Итак, вы все продумали, сотворили гору товара, нашли оборудование, написали список вещей, которые следует взять с собой, в том числе таблетки от головной боли, термос и бутерброды, разменные купюры. Разместили ли вы на ваших интернет-ресурсах информацию о том, что будете на выставке? Довели ли до сведения ваших читателей, что они смогут все увидеть вживую и пообщаться с автором?

Если хотите увидеть побольше народу из числа ваших онлайн-знакомых, объявите лотерею, которая состоится именно на выставке в такой-то день, в такой-то час, и придумайте приз. Только такой,

за которым захочется тащиться на другой конец города обычно в выходной день.

Итак, настал день выставки. Все готово, все идет хорошо – посетители валят валом, вы стоите – улыбаетесь, уже лицо онемело и ноги устали. Стоять, скорее всего, придется весь день. Потому что когда ваше лицо находится на уровне лица посетителя, ему психологически проще к вам обратиться. Можете чуточку посидеть-постоять, но не сидите сиднем – клиенты сверху будут оценивать вашу позу как скучающую и не обратятся.

Если посетитель задержался у вашего стола или павильона, не нужно его о чем-то спрашивать, типа: «Что конкретно вы ищете? С какой целью вы пришли на выставку? Смотрите себе или в подарок?» Такие вопросы обычно отпугивают, когда мы слышим их от менеджеров в магазинах. Зачем же отпугивать других людей? Будем ненавязчивыми. Просто расскажем о вещах, на которые посетитель кинул взгляд.

И лучше рассказать не о том, что он и так видит, что и так понятно, а о каких-то деталях, которые сразу не бросаются в глаза. У этих аметистовых бус серебряный замочек. Это мыло пахнет кокосом. Эта брошь-цветок может превратиться в заколку. Внутри этой сумки карман-визитница, можно использовать для пластиковых карточек. А футболку с авторским рисунком можно стирать в стиральной машинке.

Одновременно вы озвучиваете свои конкурентные преимущества – почему ваши вещи лучше и продуманнее, чем у ваших соседей по выставке.

«Хотите посмотреть?» – и вручаем вещь в руки, не прекращая щебетать и улыбаться. Это если посетитель рассматривает конкретную вещь. Долго рассматривает весь стол – скажите, что можно все брать и мерить.

Опытные ярмарочники легко настраиваются на волну клиента и читают по его лицу, расположен ли он покупать его творения, понравились ли они ему – и только в последнем случае мягко

подводят его к покупке. Потому у них и нет неприятных ситуаций с грубиянами и хамами, в хама может превратиться любой, если ему навязывают покупку, когда он не расположен ее совершать.

Если посетитель хотел бы у вас что-то купить, но цена кажется ему высокой, не спешите возмущаться и отчитывать его за наглость. Обычно эти люди совсем не хотели оскорбить ваш труд, просто им невдомек, сколько стоили материалы для этой вещи, сколько времени потрачено на то, чтобы ее создать, сколько стоит хотя бы аренда ярмарочного места, да и идея должна сколько-нибудь стоить!

Но объяснять все эти пункты популярно не следует. Человек все равно не поймет, а в лучшем случае исключит из этого прайса вашу многочасовую работу и цену идеи. Например, ваши материалы для игрушки кажутся ему более простыми, чем у магазинной игрушки. И вы его не переубедите, аргументы натуральности, тепла рук и эксклюзивности не имеют никакого смысла. Просто подыщите модель подешевле, а если таковой нет – посоветуйте купить вещь в магазине, только без агрессии и обиды!

Представьте, что вы пришли в парижский салон «Ив Сен Лоран», и тамошние блузки кажутся вам ничем не лучше тех, что продают у нас на рынке. А цена каждой вещи – минимум сто тысяч! Что, модельеру объяснять вам свою дизайнерскую задумку? Объяснять, по каким причинам эта простецкая вещица столько стоит? Зачем? Он всего лишь мило улыбнется и посоветует отовариваться на своем родном рынке. И обижаться не станет.

Поэтому поступаем, как Ив Сен Лоран.

Недавно одна опытная ярмарочница с обидой писала, как попала на ярмарку для посетителей-хендмейкеров. То есть хендмейкеры были и продавцами, и покупателями. И столкнулась там с хамством и насмешками, ничего не заработала, еле окупилась. А все дело в публике. Чем публика более искушенная, тем сложнее ее удивить и восхитить. Хендмейкеры народ искушенный именно в творческих идеях, ручной работе, а потому более скоры на критику, чем на похвалу.

На каждой выставке публика разная, и именно с этой публикой у вас может произойти неконтакт. Например, у меня произошел неконтакт с публикой, посещающей выставки самоцветов. Такой же неконтакт может произойти на любой выставке, где ваших покупателей нет! Вы расписываете шелк, а арендовали место на ярмарке игрушек, или ваша бижутерия ранга ювелирки, а участвуете в молодежном фестивале «Дикая мята», где в ходу веревочные браслетики. Подумайте, за каким творческим продуктом люди пойдут именно на эту выставку.

Успех выставки зависит от многих факторов: в первую очередь от организаторов и не в последнюю – от погоды. Может прийти много людей в зимний день, если на улице светит солнышко, а в мае выставка окажется пустой, потому как все уедет на дачи и на шашлыки. Успех на выставках приходит с опытом.

Глава 2

Реализация через магазины

Сколько неприятных историй о работе с магазинами я слышала от хендмейкеров! Про невыплаты и мошенничество, про переезд магазина, о котором автору даже не сообщили, о раскисшем под электрическими лампами мыле ручной работы, которое возвращается мастеру в самом неприглядном виде... Поэтому мне очень повезло взять интервью у Елены Миллер, ведь у нее с магазинами все получилось!

В детстве Елена ходила в кружок рисования, за компанию с подружками. Никто из родителей всерьез рисование не воспринимал, но как-то на улице они повстречали руководителя художественной студии, и он сообщил, что у Елены есть задатки. Но на тот момент эти задатки Елене были ни к чему – начался период подростковой ветрености, дискотеки-гулянки, и студию она забросила, несмотря на уговоры родителей. Рисовала уже только на уроках, на последних страницах тетрадей.

После школы сначала пошла в парикмахерское училище, но этого показалось мало. Елена стала выбирать, куда двигаться дальше: в медицинский институт или по художественной части... Медицина нравилась, хотелось помогать людям, что же до художественного – были задатки...

Елена поступила в Новосибирский государственный педагогический университет на художественно-графический факультет. Училась на вечернем (к тому времени у нее родился сын), днем работала в детском садике. Спустя четыре года через знакомых устроилась в витражную мастерскую, где и научилась работать со стеклом, в направлении фьюзинга. А потом вместе с мужем переехала в Санкт-Петербург.

Оказавшись в новом городе, Елена стала искать работу. Хотелось и дальше работать со стеклом, и пусть в Новосибирске у нее была персональная выставка, вакансий в питерских витражных мастерских не находилось. Между делом ей подкидывали подработку на роспись стен, периодически звали то на эскизирование, то на изготовление витражей. А однажды один из дизайнеров предложил совместно снимать мастерскую с возможностью сделать печь для фьюзинга. Это стоило немного, к тому же можно было рассчитаться в рассрочку, и Елена согласилась. Через месяц печь была готова, и Елена начала ее тестировать, создавать небольшие вещи вроде салфетниц, ваз и часиков.

Несколько работ знакомые взяли на продажу на выставку в ЦВЗ «Манеж». Там ушла всего одна пепельница, но Елена была очень рада. Те же знакомые предложили сделать призы для фестиваля в Александро-Невской лавре, через друзей поступали какие-то заказы, но все они были нерегулярными.

За компанию с подругой-хендмейкером Елена оказалась и на уличном фестивале «ДеЛа'Рук», который проходил в центре города, рядом с Невским проспектом, где всегда много и местных, и туристов. Фестиваль продолжался все выходные на протяжении целого лета.

За первые выходные продалось настолько мало, что выручка даже не окупала аренду. Елена поняла, что нужно что-то менять, как-то подстраиваться под обстановку и покупателя. Начала приспособлять под себя торговое оборудование, читала про общение с клиентами, полностью поменяла ассортимент. Познакомилась с другими авторами, слушала их советы и истории. И постепенно вышла на окупаемость и на доход.

А когда поняла, что ее дело может быть прибыльным, Елена раз и навсегда отказалась от поиска других источников дохода. Только стекло!

С подругой-рукодельницей как-то раз Елена забрела в один из магазинов, куда подруга сдавала свои творения на реализацию. Елена поинтересовалась мнением хозяйки о своих работах. Та их посмотрела и согласилась взять. Второй, третий и четвертый магазины в списке Елены появились благодаря девушке, которая работала в одном из них продавщицей. Елена просто попросила ее заняться сбытом своих работ за определенный процент. Тогда Елена еще стеснялась самостоятельно предлагать свои изделия и общаться с хозяевами.

Постепенно у Елены сформировалось видение отношений автора с магазинами, появилась уверенность, что ее работы хорошо продаются. Тогда Елена и ее муж взяли переговоры с магазинами в свои руки.

Ситуации бывали разными. Некоторые магазины отказывали. Другие закрывались, и Елена была вынуждена забирать свои творения. Какой-то из магазинов не тянул аренду, другой ограбили, и свою выручку Елене пришлось забирать чаем и кофе. Получился бартер, и чаем-кофе Елена оказалась обеспечена на год вперед. Все было: и низкие продажи, и возврат изделий испорченными. Один раз отношения с магазином закончились, не успев начаться: Елена встретила хозяйку, оговорила ассортимент, а потом всю начальную партию разбила, пока упаковывала.

Елена и сама пробовала организовать собственный магазинчик при мастерской. Проработав три месяца, решила от этой затеи отказаться, поскольку магазин требовал очень много времени, и Елена просто не успевала создавать новые вещи.

Когда Елена участвовала в фестивале, она поняла не только какие ее изделия пользуются спросом, но и то, как их следует выставлять. Впоследствии в работе с магазинами этот опыт ей пригодился.

Однажды она пришла в магазин и обнаружила свою бижутерию лежащей кучей на полке. Невозможно было отличить браслет от кулона, а кулон от серег. Елена подумала и сделала стеклянную решетку – все эффектно развесила, места на полке стало больше.

С тех пор это место в магазине так и осталось за Еленой – там выставляются только ее вещи: это стало условием ее работы с магазином.

До сих пор Елена частенько сама озадачивается размещением своих изделий в магазинах. Сама часы на стену повесит, если хозяева об этом не позаботятся. Сама рамки из стекла сделает для каких-то работ. Она считает, что если автор хочет, чтобы его вещи были лучше представлены, – пусть добивается этого, помогает магазину.

Прежде чем сдать свои работы на реализацию, Елена заходит в магазин как обычный посетитель, изучает ассортимент, оценивает обстановку, собирает информацию о магазине, отзывы о нем других мастеров. Например, в сети «ВКонтакте» есть группа «Галереи-обманщики в СПб», и любой автор может рассказать свою историю, как с его творениями поступили те или иные магазины или галереи.

После изучения информации Елена общается с хозяевами. Переговоры идут о наценке, графике выплат, ответственности за порчу товара и т. д. Сейчас даже после переговоров Елена не торопится отдавать в новое место свои вещи, потому что очень придирчиво относится к магазинам, в которых они выставляются. Может пройти полгода, прежде чем она заключит договор. Или год.

Взаимоотношения с магазином, в который автор сдает свои работы на реализацию, регулируются Правилами комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденными постановлением Правительства РФ от 6 июня 1998 г. № 569.

В частности, правила предусматривают форму для такой сделки, это может быть договор, накладная или квитанция. И заключаться такая сделка может между магазином и частным лицом (гражданином) – для этого совсем не обязателен статус ИП.

В правилах определено, какая информация должна содержаться в накладной, обязанности магазина перед автором, например выставить товар на продажу не позднее следующего дня после

приема, а средства, вырученные за его продажу, выплатить в течение трех дней после реализации.

Елена работает с 17 магазинами и по накладной, и по договору, но предпочитает последний, поскольку в нем можно оговорить любые моменты отношений с магазином, а к договору уже прикладываются накладные. Даже с магазинами, отношения с которыми длятся годами, Елена оформляет полный пакет документов. В будущем она собирается зарегистрироваться как ИП, поскольку некоторые заказчики работают только с юридическими лицами.

И вот договор заключен, Елена привозит пробную партию своих изделий, внимательно наблюдает за магазином пару месяцев: заходит один или два раза в неделю, корректирует ассортимент. Хозяева магазина за это время удостоверяются, что изделия продаются, а Елена – что хозяева порядочные люди. И только в этом случае она наполняет торговый зал своим товаром «под завязку» и, доверившись магазину, появляется там раз в месяц.

Магазин может быть целиком ориентированным на хендмейд, это может быть магазин интерьерных вещей или просто ширпотреба. В любом случае ему нужны авторы с продаваемым товаром. Автору же нужен магазин с высокими продажами.

Самый щепетильный вопрос в отношениях с магазинами – вопрос цены. Магазин от продажи авторской вещи хочет получить доход – это первое, и чтобы она быстро продалась – это второе. Если автор ставит на свое изделие высокую цену, изделие (с наценкой магазина) может долго ждать покупателя и занимать место в торговом зале. А за это место каждый месяц платится арендная плата! Помимо других постоянных расходов: коммуналки, зарплаты продавцам, налогов, стоимости торгового оборудования и т. д.

Представим себе ситуацию, когда вы принесли в магазин провинциального городка вещь, которую сами продали бы, скажем, за 2500 рублей. Их наценка будет 50–100 процентов, и на полке окажется вещь ценой 3700–5000 рублей. В магазинчик этот будут

заглядывать люди с небольшими заработками, 2500-то для них чересчур, а 5 тысяч окажутся половиной зарплаты! Ваше творение пролежит в этом магазине до скончания века. В крупных городах, а тем более в столице, ситуация другая, но и там вы столкнетесь с наценкой. Найдет ли ваше творение с удвоенной ценой покупателя? Поэтому не сердитесь на хозяев магазина, когда они попытаются сбить вашу цену.

Отношения с магазинами выстраиваются по-разному. В какие-то можно прийти в любой день, в другие – только по предварительному звонку. Хозяева или продавцы одних общаются только по делу, а в других застрянешь на весь день за болтовней и чаем. С магазинами в других городах отношения поддерживаются по электронной почте и телефону.

Вот несколько советов от Елены Миллер, как построить хорошие отношения с магазинами.

- Общение. Нужно не просто принести изделие, но хотя бы задержаться на десять минут: себя порекламирровать, их похвалить, анекдот рассказать...

- Помощь. Помочь вывесить свои изделия, оформить место продажи. Нескольким магазинам можно предложить ваше торговое оборудование. Елена, например, сделала его самостоятельно, теперь ее изделия сконцентрированы в одном месте, выглядят достойно, стильно, как ассортимент дорогой марки.

- Хороший ассортимент, его регулярное обновление. Так, Елена обновляет ассортимент один раз в месяц, причем в одно и то же время для каждого магазина.

- Пунктуальность. И от магазина требовать того же.

- Прислушиваться к хозяевам и работникам магазина, сдавать на реализацию те вещи, на которые в этом магазине повышенный спрос. Магазин лучше знает своих клиентов.

- Сразу оговорить моменты, которые в отношениях с вами неприемлемы. Иначе магазин быстро сядет вам на шею.

Сейчас на работы Елены выстроилась целая очередь магазинов. Обеспечивать всех своими работами она не в силах. Ведь остаются еще и прямые заказы, и продажа через интернет. Елена говорит, что с магазинами ей везет. Надеюсь, вам повезет тоже!

Глава 3

Собственный магазин в ТЦ

Очень многие хендмейкеры мечтают о собственном магазинчике, красивых витринах, о том, как проходящие мимо посетители будут с восторгом их разглядывать и покупать ручные вещи. И что над витриной будет вывеска «Авторские игрушки Натальи Самсоновой», например, – вот это настоящий бренд, настоящий успех!

Но зачастую это только так кажется.

Автор, который открыл свой маленький магазинчик, столкнется с кучей проблем, совсем не относящихся к творчеству и рукоделию. Во-первых, ему придется зарегистрироваться в качестве ИП и, помимо уплаты налогов, сборов, зарплат продавцам, заполнять уйму бумаг, стоять в очередях в налоговой инспекции. А еще и отбиваться от разных попрошайек и вымогателей!

Во-вторых, будьте готовы заниматься администрированием. Наймом продавцов, расчетом их зарплат и премий, внутренними отношениями между ними, обучением продавать и не хамить посетителям. В любой момент придется решать такие вопросы, как отгулы и замены, заниматься конфликтами между продавцами и покупателями. И вообще постоянно думать о том, как развивать продажи в своем магазине. Ведь продавцы – лицо вашего магазинчика. Удача, когда к вам на работу устроился прекрасный продавец или вы прекрасно его обучили, неудача – когда он по тем или иным причинам увольняется. Вам придется начинать все сначала.

Из той же темы – переговоры и выстраивание отношений с администрацией ТЦ. Администрации любого торгового центра в первую очередь важен доход. И если вдруг на занимаемую вами площадь найдется арендатор поприбыльнее или побрендовее, например известная сеть, администрация вышвырнет вас не

задумываясь, как только истечет срок договора. Поэтому поддержание приятельских, даже дружеских отношений с администрацией – важное условие вашего процветания.

В-третьих, поскольку вы оказываетесь на территории массового сбыта, по закону ваши изделия должны сертифицироваться, то есть быть объявлены государственным органом безопасными для здоровья и пригодными для использования. Соответственно, вам грозит прохождение этой процедуры. Или потребуются сертификаты на некоторые из составляющих частей вашего изделия: краску, ткань, компоненты самодельного мыла и т. п.

В-четвертых, открытие такого магазинчика по карману очень редким хендмейкерам. Ведь с вас, скорее всего, потребуют внесение арендной платы за три месяца вперед, а это очень большая сумма. Плюс обычно арендная плата каждый год повышается минимум на 10–15 процентов. Витрины, оборудование, кассовый аппарат тоже стоят немалых денег. Кассовый аппарат требует ежемесячного обслуживания и ежегодной замены карты, то есть вложения денег.

В-пятых, чтобы оплатить все ежемесячные расходы, вашему магазину нужно продавать товаров на определенную сумму. А чтобы продавать на эту сумму, потребуется создавать очень много творческого продукта. Фантазировать будет уже некогда, вы превратитесь в ремесленника, обслуживающего торговую точку. И после всех этих трудозатрат ваша собственная зарплата покажется вам смехотворной. Своим трудом вы хорошо обеспечите продавцов, администрацию ТЦ. А себя – не очень.

Да и чтобы окупить вложения, обычно требуется продолжительное время. Например, год. То есть целый год вы будете работать, как китаец, создавая вещи, обустривать магазин, постоянно общаться с продавцами и администрацией, и делать это практически за бесплатно. Должна быть очень сильная мотивация после целого года, не побоюсь этого слова, рабского труда продолжать в том же духе. Вы стали рабом своей торговой точки. Ни о каком бренде, славе, успехе настоящего дизайнера не захочется больше и думать.

Чтобы бренд по-настоящему стал знаменитым и приносил хорошую прибыль, нужна сеть.

Всему есть своя цена.

Если же создание своего магазинчика в реале до сих пор вас вдохновляет, нужно подумать, как облегчить себе жизнь. На всех этапах.

Например, первичную сумму взять у мужа или родственника, которому можно и не отдавать. Ну, есть у многих такие родственники, которые дают просто так, потому что самим девать деньги некуда или не жалко. Мама богатая или папа. Или мама жалостливая и добрый папа. То есть берем первичную сумму себе в подарок. Тогда можно и потратить без зазрения совести – на оборудование и трехмесячную аренду. И как бы об этих деньгах и забыть. Потому как вам их подарили.

Мне нравится слово «нервосбережение». Если следовать ему как постулату, можно реально облегчить себе жизнь. Например, все разрешения на деятельность, свидетельства и сертификации заказать через юридическую фирму.

К администрированию привлечь родственника. Того же мужа. Пусть в свободное время помогает организовывать продавцов, разъяснять им «политику партии». Пусть кто-нибудь помогает составлять налоговые отчеты. Например, друг – хозяин соседнего магазинчика. Он же может и в налоговую такой отчет завезти. А в следующем квартале оба отчета завезете вы, по дружбе.

Чтобы окончательно не превратиться в ремесленника, можно нанять помощника. Если ваша тема шитье – игрушек, подушек, сумок, одежды и остального, помощника найти легко. Просто ищешь швею. А вот если в создании вещи требуются определенные навыки, которыми не всякий обладает, – дело сложнее. Приходится растить такого мастера с нуля.

Если у вас хорошие отношения с вашими продавцами, можно обучить кого-нибудь из них. И время от времени подкидывать легкую работенку. Дополнительные деньги продавцу никогда не

помешают. Ваше дело ему может даже очень нравиться! Ведь часто в продавцы идут люди, которые обладают прекрасным образованием, они развиты и начитанны, культурны. Просто у них маленькие дети, и работа рядом с домом им удобна. Такие люди как раз выбирают полем своей деятельности уютный магазинчик, где ассортимент настраивает на положительный лад и даже вдохновляет! Им радостно продавать эти вещи. И радостно научиться их создавать!

Поэтому будем изначально внимательны к тем, кого принимаем на работу.

В магазине должны быть вещи на разный кошелек. И дешевые, и очень дорогие. Очень дорогие вещи должны быть обязательно! Почему?

Расскажу вам историю про друга нашей семьи, у которого собственный большой магазин игрушек и товаров для детей. Заметив в этом магазине куклу, которая стояла несколько лет и никто ее не покупал, я спросила, почему он не сбросит на нее цену и не продаст наконец? Друг ответил, что эта кукла Ценообразующая! Стоит себе на полке со своей нереальной заоблачной ценой, народ пугает. Зато те куклы, что немножко дешевле, уже не кажутся столь дорогими. А если бы Ценообразующей не было, эти куклы казались бы слишком дорогими. И их бы не покупали.

Так и делаем. Создаем нереально дорогую вещь, из дорогущих материалов. И выставляем. Не только в реальных магазинах, но и в виртуальных.

Читаем об искусстве визуального мерчандайзинга, о том, как расположить товар на полках, чтобы самое интересное и ходовое очутилось прямо перед носом покупателя. Например, если вы создаете игрушки, то на вашей витрине должно быть несколько уровней. Нижний – для глаз детей, там выставляются игрушки, которые наиболее нравятся детям. Средний уровень – для глаз женщин. На верхнем уровне витрины располагаются игрушки, которые оценят мужчины с высоты своего роста. В прикассовой зоне

обращаем внимание покупателей на «необходимую» мелочевку, на нее совсем не жалко денег и ее можно легко прихватить «в довесок» к основной покупке.

Но даже если у вас получился магазин-сказка, он не будет приносить прибыль, если ТЦ предложил вам в качестве площадки гиблое место. Например, второй этаж в плане проходимости хуже первого. Сам ТЦ может не обеспечивать должную проходимость, если рядом нет парковки, а наверху – кинотеатра и кафе. Прежде чем идти к администрации договариваться, понаблюдайте за этим ТЦ. Как часто сменяются там магазины? Часто – значит это недоходное место. Поговорите с хозяевами других магазинов, проведите исследование.

Посмотрите, какого класса вещи продаются в магазинах ТЦ. Если это товары с рынка, значит у окрестной публики определенные денежные возможности и вкусы. И ваши дизайнерские вещи могут не найти здесь потребителя.

В любом случае лучше арендовать место в популярном и модном ТЦ. Пусть цена аренды там и баснословна, зато вам будет обеспечена огромная толпа потребителей. Если вы арендуете магазинчик не в популярном ТЦ, вам придется приложить немало усилий для того, чтобы к вам заглянули хотя бы несколько посетителей. Нужно будет вкладываться в рекламу, маркетинг. В популярном ТЦ «все включено» в арендную плату.

Часто минус ТЦ состоит и в том, что он предлагает в аренду слишком большую площадь. Ему удобнее иметь дело с как можно меньшим числом арендаторов. И приходится организовывать «стекляшку» посередине холла. Для мелкого товара это даже лучше, к тому же вы находитесь на пути следования толпы людей, и им проще обратить внимание на ваши изделия – не нужно никуда специально заходить. Товар становится доступнее.

Не знаю, мечтал ли хоть один дизайнер о «стекляшке» посреди холла? Ведь над ней обычно не бывает даже красивой вывески. Но, к сожалению, таковы реалии, в которых мы живем.

Глава 4

Специальные интернет-ресурсы для хендмейкеров

В рунете сейчас развелось множество порталов, где можно разместить свои работы, организовать что-то вроде шоу-рума и продавать. Я говорю о таких ресурсах, как «Ярмарка мастеров» (livemaster.ru), handmade-маркет (in-dee.ru), «МегаГрад» (mega-grad.ru), «Рукодельное» (rukodelnoe.ru) и им подобных.

В первом варианте вы платите portalу денежку за возможность пользоваться торговой площадкой в качестве продавца. Во втором вас приглашают бесплатно создать такой магазинчик. Пока бесплатно.

Цена за размещение своих работ зависит от их количества. Скажем, двадцать работ – 65 долларов в год. Но портал уверяет, что его ежедневная проходимость – несколько десятков тысяч человек. Автор верит, что его изделия не останутся незамеченными. И платит.

А продажи не идут. И самое интересное, у этого автора могут замечательно идти дела на выставках, он может прекрасно зарабатывать через блог или иным путем, а через портал – не получается. Почему?

Давайте разберемся, что представляет собой эта торговая площадка. Это обычный сайт с кучей маленьких окошек с картинками. Посетитель кликает на понравившуюся ему, рассматривает картинку подробнее, узнает размер, состав и другие параметры, при желании может нажать кнопку «купить» или прогуляться по магазинчику именно этого автора.

Посетитель также может задать в поиске цель, например «игрушка заяц бежевый», и сайт выдаст набор из окошек с картинками бежевых зайцев.

Такие сайты строятся по тому же принципу, что и сайты знакомств. А на сайте знакомств люди в первую очередь кликают по тем фоткам, которые яркие и понятные. Не по тем, на которых почему-то оказалось много народа, не по тем, которые плохого качества, не по тем, где человек в неясной дали, и не по тем, где лицо уродливо. И именно с теми мужчинами и женщинами, кто не поленился сходить в фотостудию и сфотографироваться так, чтобы и в малюсеньком квадратике выглядеть броско и эффектно, больше и знакомятся.

То же и с нашими работами. Они могут быть превосходными, прекрасного качества, обладать неповторимой идеей, и сфотографированы неплохо... Но если в маленьком квадратике смотрятся так себе, то никто на них и не кликнет. Поэтому прежде чем начать платить такому ресурсу денежки, посмотрим, удастся ли нам красиво подать наше творение в квадратике 6х6 см?

Даже если вы считаете, что фотография удачная, учтите: этот квадратик появится среди множества других подобных квадратиков, и вашему нужно не просто выделяться, а гореть звездой на фоне остальных!

Есть изделия, которые замечательно вписываются в такой квадратик: яркие серьги, перстень, бусина лэмпворк, брошь – что-то, что само по себе небольшое. Они даже как-то вырастают на фоне другой мелкотни, а мелкотней в данном случае выглядят длинные изящные бусы с мелкими деталями, бусы непонятной формы. В мелком квадратике лучше будут выглядеть бусы из крупных бусин, свернутые в понятную форму – калачик.

В квадратике хорошо выглядят вещи понятной формы: мыло, сумки, игрушки – те, что без длинных конечностей. Игрушку можно сфотографировать даже немножко сверху, тогда она визуально приплющивается и хорошо входит в квадратик. В квадратике лучше смотрятся варежки, нежели длинные шарфы, подушки, а не одеяла – их рисунок кажется мелким и невыразительным. Кружка лучше свадебного бокала. И так далее.

Я два года просидела без продаж на таком портале, а когда поняла, в чем дело, решила оставить там только браслеты – яркие, простые, понятной формы. Самые свои фантазийные вещи продемонстрировать я там не могу – они останутся незамеченными среди крупных и простых форм.

Будет хорошо, если у ваших фотографий будет оригинальный фон. То есть вы фотографируете изделие не на белом ватмане, а по-другому. Например, Марина Никулина использует в качестве фона состаренное дерево, а Ирина Сергеева – узорчатую бумагу. Тогда посетитель поневоле сможет отличать именно ваши фотки, узнавать их среди всех остальных, выделять знакомого автора уже по фотографиям.

Вот вам, кстати, парочка советов от этих успешных мастеров. Марина Никулина советует чаще обновлять свой ассортимент, а Ирина Сергеева – поставить себя на место покупателя и задать вопросы о товаре, а потом, исходя из этих вопросов, тщательно его описать. О чем может спросить клиент, разглядывая фотографию: что это, какого размера, для какой ситуации, подойдет ли это мне, с чем это носить, какого это стиля, какое оно на ощупь, удобное ли в носке, и главный вопрос – смогу ли я без этого жить?

Далее. Все ли представленные в вашем шоу-руме вещи можно купить? Часто автор выставляет уже проданные изделия в рубрике «для примера». Покупатель, зашедший в такой магазинчик, видит, что бóльшая часть работ уже продана, изучает оставшееся и поневоле сравнивает с проданным. Часто ему больше нравятся именно проданные работы. Поэтому упраздняем музей, оставляем – магазин!

Важно еще понимать, за чем покупатель идет на такой портал. Наша страна еще только знакомится с хендмейдом, многие вообще не имеют понятия о том, что можно купить, например, авторские перчатки. Обычно они ищут в интернете необычный подарок, и такой портал – кладезь подарков. А после, побродив, увидев, сколько тут всего, начинают подбирать что-то и себе.

Поэтому прежде чем регистрироваться на таком портале в качестве мастера, исследуем ситуацию. Как обстоит дело именно с вашим творческим продуктом? Если в интернете в поиске забить «подарки ручной работы» – портал вылезет в первых же строках. Вот и забейте в поисковик свой продукт. Например, «часы ручной работы» или «тапочки ручной работы». Ведь именно так обычный человек ищет в интернете нужную вещь. И если понравившийся вам портал, пусть он красочный и там множество мастеров (они все хотят заработать, но не факт, что зарабатывают именно там), не оказывается в первых строках, сделайте для себя выводы.

Порталы зарабатывают на денежках, которые им приносят мастера. И часто много внимания уделяют тому, чтобы эти мастера не разбежались: мулсируют тему, как заработать на портале, всячески вдохновляют и вселяют надежды, публикуют статьи на эту тему. Даже полученные от клиентов отклики держат мастера на привязи – не удалять же магазин, где с таким трудом накопилось двадцать положительных отзывов? Нам же, в свою очередь, важно, чтобы портал еще и активно рекламировался в Сети, чтобы наш творческий продукт легко находился в поиске, чтобы люди со стороны шли на этот портал и покупали **наш** хендмейд.

У авторов, у которых не получается продавать на таких ресурсах, часто возникает ощущение, что на них тусит больше мастеров, чем собственно клиентов. Но умные авторы и это ощущение используют себе на пользу!

Вокруг огромная аудитория – хендмейкеры, и кто-нибудь из них вполне может стать вашим клиентом. Нужно просто, чтобы они узнали о вас. Хендмейкеры люди занятые, и по страницам, не относящимся к их теме, обычно не бродят. Сидят себе в своем болотце и поглядывают на конкурентов. Но очень часто выползают почитать умную статью на тему, как же все-таки заработать на этом портале. Автора все сразу запоминают, ради интереса заходят в его магазинчик, заценивают его работы, а кто-то даже становится клиентом. Другие ничего не пишут, зато комментируют каждую

статью. Попадаетеся людям такой комментатор из раза в раз – становится интересно, что это за «затычка к каждой бочке»? Заходят в его магазинчик, восхищаются и покупают.

Конечно, иметь маленькие красивые картинки – еще не залог успеха, впечатление может испортить профиль автора. Где, например, нет его личной фотографии, которая всегда вызывает большее доверие, чем анонимная аватарка.

Авторы обычно выставляют на таких порталах вместо личной фотографии фотографию своего лучшего творения. И считают эту фотку образцом, олицетворением того, чем, собственно, магазин занимается. Такая картинка кажется им неким фирменным знаком, показателем крутизны.

Но в том-то и дело, что она показывает, чем занимается магазин – лицо неодушевленное. А фишка авторской вещи как раз в том, что ее создал живой человек. Не фирма какая-то, не фабрика, а конкретный живой автор. И когда люди ищут авторскую вещь, они рассчитывают на тепло рук и энергетику от вещи, полет фантазии и какие-то авторские находки. Они не могут психологически привязать все это к картинке, демонстрирующей предмет, к фирме или какой-то марке.

Даже картинка «мультяшного» человека лучше, чем картинка предмета. Потому что это образ человека.

Купите книжку, популярный детектив или романтическую новеллу – на обратной стороне будет маленькая фотография автора. И читатель проникается доверием к сюжету, словно история, которую он читает, взаправдашняя, она реально случилась. И читать от этого интереснее!

Даже крупные фирмы, и те начинают очеловечивать свою рекламу: представляют управляющих или простых менеджеров, которые принимают от вас звонки, они рассчитывают, что доверие к ним станет больше – с обратившимся будут общаться живые люди, а не призрачный конгломерат.

«Икеа» на страницах своих каталогов печатает фотографии дизайнеров, придумавших диван, стул или расцветку штор. Как вы думаете, зачем это «Икеа»? У нее дела и без того хороши.

Поэтому фотографируемся. На фотографии – улыбаемся. В руках держим свое изделие, или демонстрируем его другим путем, или фоткаемся за процессом работы.

Весь профиль портит, если на личной фотографии оказывается угрюмый не улыбающийся человек. Или в профиле нет имени или информации об авторе. А ведь этот маленький кусочек пространства можно использовать на полную катушку, написав о себе. Например, почему вы занялись хендмейдом, что вы испытываете, создавая ваши творения. Несколько слов, и ваши изделия будут восприниматься с бóльшим трепетом, рассматриваться более внимательно, люди вас услышат и постараются увидеть и прочувствовать в ваших творениях то, что чувствуете вы.

Иногда на таких порталах есть возможность вести блог – ведите! И зашедшие в ваш магазинчик люди отнесутся к вам с бóльшим доверием.

Что касается оплаты и доставки, расширьте возможности ваших клиентов. Пусть оплачивают наличными при встрече, а при пересылке в другой город выбирают из нескольких видов денежных переводов. Для отправки посылок вы можете пользоваться услугами нашей почты, а по желанию клиента – EMS. Встречаться в родном городе лично или передавать через курьера. Постарайтесь сделать отношения с вами насколько можно удобными.

Если помимо этого шоу-рума в Сети у вас есть блог, фотогалерея или сайт – упомяните об этом в профиле, оставьте ссылку (если портал демократичен и позволяет это). Ведь здесь вы можете разместить ограниченное число ваших работ, и посетитель не увидит остальные, не ощутит всю полноту вашего таланта. Так что всеми силами сосредоточиваем внимание посетителя на себе.

Часто на таких ресурсах клиенты оставляют отзывы о покупках. Отзыв может быть положительным, а может – отрицательным.

И число отзывов стоит рядом с аватаркой автора как свидетельство качества его работы и его популярности. Каждый автор на таком сервисе стремится получить как можно больше положительных отзывов, чтобы они перевалили хотя бы отметку 100. Ему кажется, что тогда покупателей у них станет больше, ведь людям важна репутация продавца.

Даже имея в Сети блог, такой автор, выставляя в нем новые произведения, направляет покупателей на тот самый «квадратиковый» портал – чтобы получить очередной отзыв. Ведь покупка через блог не влечет за собой присвоение «звездочки», а на портале «качественно» отразится на репутации.

Я считаю, что такие баллы меньше влияют на спрос, чем собственно популярность самого товара, его доступность кошельку и яркая привлекательная маленькая картинка. Если соблюдены эти условия, положительные отзывы посыплются как из ведра, поскольку будет много покупок.

Вы можете выставить свои работы не только на отечественных сервисах, но и на международных. Например, на Etsy.com. Единственный момент – деньги будут переведены на счет системы PayPal. Это удобно для автора, который покупает материалы за границей. Он может использовать деньги на своем счету для их оплаты. PayPal рассматривает возможность сотрудничества с русскими банками, и вскоре мы получим возможность получать вырученные на Etsy средства наличными.

Не все ваши творения могут быть востребованы на международном рынке, там своя мода, свое видение красоты, и произведения наших мастеров зачастую кажутся вульгарными, с переизбытком красок и идей. Многие, кто продает на Etsy, культивируют идею простоты и минимализма. Такова культура Etsy.

Глава 5

Свой сайт

Сайты мастеров бывают двух видов: имиджевые и интернет-магазины.

Имиджевый сайт обычно посвящен исключительно творчеству и собственному я автора, он не нацелен на продажи. Там могут быть представлены лучшие изделия, интервью журналам и телевидению, фотографии дизайнера за работой и фотографии его счастливых клиентов, статьи на творческую тему. Это все прекрасно, но нам хотелось бы от сайта не только рекламы, но и реальных денег.

Типовой сайт интернет-магазина автора представляет собой поле квадратиков-картинок, где каждая ведет к какой-то категории работ. Скажем, если мастер занимается декупажем, его поле квадратиков представляет панно, часы, подносы, шкатулки, зеркала, рамки для фото и так далее. Посетитель попадает в стандартный интернет-магазин, и ощущения от общения с Автором, с Дизайнером у него нет. Такой сайт похож на сайт фабрики. И хорош для оптовых продаж.

Повторюсь, что наш клиент – ценитель авторской работы, творчества, необычных решений. Попасты в интернет-магазин для оптовиков он вряд ли стремится. Он хочет попасть в мир Дизайнера, не спеша насладиться работами, выбрать «свою» и купить ее.

Поэтому создаем сайт: имидж + магазин. С максимально большими картинками. Например, заглавную страницу делят четыре шикарных снимка новых работ. Почему лучше четыре, чем одна большая картинка? Например, самая шикарная, венец всего творчества. Потому что вкусы у людей разные, и этот «венец» будет привлекать только одну категорию людей. Других же оставит равнодушными или, чего доброго, вообще отпугнет. А четыре фотографии (лучше

полярных работ и по цветовому решению, и по стилю) привлекут внимание разных людей.

И когда посетитель пойдет дальше – бродить по категориям работ, пусть картинки будут не 4×4 см, а крупнее! Ведь вам хочется, чтобы он остался на вашем сайте подольше, чтобы занес его к себе в «Избранное», а достичь этого можно, только если сам поиск или блуждание по вашему сайту доставляет клиенту удовольствие.

Авторский сайт должен обязательно иметь фотографию автора, пусть даже она будет не на главной странице, а в рубрике «Об авторе». И фотография должна демонстрировать вас с лучшей стороны. Как открытого счастливого человека.

Чем больше информации в разделе «Об авторе», тем лучше. Одной-единственной статьи о том, как вам нравится ваше дело, мало. Пусть будут еще статьи. О выставках-ярмарках, в которых вы принимали участие. Интервью с вами. О том, как создаются ваши работы, например о вашей мастерской. Об истории направления, в котором творите. О новых дорогих и качественных материалах, с которыми работаете. И пусть эти статьи будут с фотографиями!

Если на сайте будет ссылка на ваш блог – хорошо! Так клиента привязывают к себе: он с сайта отправляется гулять по блогу, узнает автора с новых сторон и влюбляется еще больше. Приобщите посетителя к своему красивому счастливому миру!

Для меня самое важное в авторских сайтах, чтобы они были не только красивыми, но и удобными. Переборщить с красотами легко. Бывает, попадешь на такой распрекрасный сайт, и – караул: картинки настолько большие и тяжелые, что каждая открывается минуту. Или пошел бродить по сайту и заблудился.

Полная дезориентация! Как отсюда выбраться и попасть в то место, куда я хочу попасть?

Поэтому создаем простую структуру с минимумом «кнопочек».

Самая простая структура выглядит следующим образом: «Продается», «Архив», «Об авторе», «Как купить», «Контакты». У популярного автора работы расходятся быстро, и делить

«Продается» на подразделы по видам работ не имеет смысла. А вот «Архив» поделить по таким разделам стоит, ведь он может насчитывать сотни работ.

Удобнее не переходить со страницы на страницу, нажимая внизу циферки 1, 2, 3... – это устарело, а просто прокручивать страницу вниз и вниз длинным списком. Но учтите, если в разделе «Продается» у вас окажется нескончаемый список... Лично я решу, что у вас никто ничего не берет. Да и клиент закопается и забудет, на что он обратил внимание в начале списка. Предоставить клиенту выбор – это хорошо, но этот выбор должен быть все-таки ограниченным. Иначе ему это дело надоест и он уйдет без покупки.

В отличие от блога сайт – ограниченный ресурс, ведь новые посетители только по величине архива могут судить о масштабе вашей деятельности. Они не видят реальные отзывы клиентов о покупке (а если видят – не верят им), комментарии и ажиотаж, который частенько разворачивается в блоге и как раз свидетельствует о популярности и автора, и его изделий. Поэтому фотографии счастливых обладателей ваших работ были бы очень к месту!

Создать сам сайт не очень дорого, если вы воспользуетесь шаблоном. Вы можете просмотреть авторские сайты, выбрать те, которые понравились и внешне, и по структуре, и обратиться к тем же разработчикам – их координаты стоят внизу главной страницы. Шаблонный сайт обходится в среднем от 300 долларов, оригинальный – от тысячи. В эту сумму не входит домен – вам придется придумать сайту имя-адрес (домен) и платить за продление 15–20 долларов в год.

Придумать доменное имя сложно. С одной стороны, оно должно быть уникальным. Во-вторых, должно легко запоминаться и писаться. Например, решили вы назвать свой сайт `desurajjj.ru`. Потому как название `desuraj` уже занято. Опытный создатель сайтов не рекомендовал бы вам такое имя. Почему? Потому что ваш клиент будет путаться, какую в слове писать букву: с, k или вовсе q?

Deкурajjj, decурajjj или deqурajjj.ru. А кстати, аналог русской буквы «ж» иногда пишут как «g», так что у вроде бы простого слова оказывается множество вариантов написания! Пока клиент будет пробовать эти варианты, он наткнется на ваших конкурентов, а если не наткнется, то доберется до вашего сайта в раздраженном состоянии.

Часто домен складывается из фамилии автора или как-то обыгрывает ее, но это опять же если фамилия автора легка для запоминания и написания. В качестве примера приведу вам домен сайта Любви Кургузовой, дизайнера сумок, – kurguzova.com.

Другие свою фамилию обыгрывают. Например, автора зовут Анна Панина, а ее домен звучит как panianna.ru. Если фамилия короткая, легко пишется, но распространенная, добавляем впереди имя: lizaivanova.ru.

Имя сайта – первый шаг для создания своей марки. Кто-то придумывает пышное название типа mirabella.ru, а кто-то не прячется за ним. В общем, это задачка как раз для нашего творческого ума.

Помимо расходов на продление домена, а это примерно 15–20 долларов в год, добавляются расходы на хостинг. Хостинг – место, где будет физически находиться сайт (место на сервере), 10–20 долларов в месяц в зависимости от сложности и навороченности сайта и объема размещенных на нем фотографий или видео.

И если вы хотите, чтобы ваш сайт попал на первые места в поиске Яндекса и Google, придется раскошелиться на сумму от тысячи долларов в месяц. Большинству мастеров это не по карману, их сайты год за годом находятся в забвении или, в лучшем случае, медленно ползут вверх в результатах поиска.

Чтобы сайт в поисковиках не полз, а взлетал вверх, используем простенькие правила оптимизации. Даем сайту подходящее название, озаглавливаем главную страницу. Думаем, по каким словам люди будут искать в интернете наш творческий продукт. Эти слова и используем в названии. То есть если первыми строками

будут: Авторский сайт Лизы Ивановой – сайт будет находить те, кто ищет Лизу Иванову, но никак не декупаж или авторские куклы. Поэтому озаглавливаем: Декупаж Лизы Ивановой или Авторские куклы Лизы Ивановой.

Любые заголовки создаем по этому же принципу. Если ваша декупажная доска с цветочным рисунком названа «Лилии» и вы обозначили ее на сайте только как Лилии – ваш сайт будут находить по поиску слова «лилии», и, соответственно, находить вашу доску будут любители цветов, а не потенциальные покупатели. Поэтому пишем полностью: «Декупажная доска “Лилии”».

В текстах и описании к вашим работам хорошо тоже упоминать ключевые слова.

В большинстве случаев обретение собственного сайта никоим образом не гарантирует поток клиентов. Да, будут пару раз в месяц вам писать или звонить те, кто узрел эту красоту. Чтобы сайт стал популярным, нужно основательно заниматься его рекламой. Например, за денежку размещать баннеры на других сайтах о ручной работе или на форумах в темах, близких вам. Скажем, декупажнику имеет смысл податься на сайты об интерьере.

Если же вы решились основательно вложиться в раскрутку и готовы заплатить за первую страницу в результатах поиска Яндекса, нужно быть готовым к повышенному спросу. Ведь за это вы и заплатили. Чтобы о вашей продукции узнали миллионы. Вот они и узнали! И захотели купить. На каждое ваше творение может объявиться десять «хочушек» в один день, сумеете ли всех желающих «накормить»? Возможно, вам придется обслуживать такую толпу ежедневно, придется регулировать спрос с помощью цен, но несомненно – работать в поте лица.

Ведь нужно: первое – отбить ту тысячу долларов, вложенную в поисковики, второе – хотя бы что-то заработать. Как я уже писала, просто вернуть вложенное – это, по сути, бесплатно для себя раздать свои изделия, в данном случае – раздать на тысячу долларов.

Поэтому оцениваем свои силы заранее. Помимо всего прочего, усилий и времени требует и пополнение сайта фотографиями, и заполнение описаний к своим работам, и изменение статуса работ на «продано», отправка их в «архив». Ведение сайта – ежедневный труд.

Глава 6

Социальные сети

Плюс любой социальной сети – доступ к огромной аудитории. Если краткость – ваша сестра, вы можете просто размещать фотки своих изделий, например «ВКонтакте» (vk.com) или Facebook. Любители шитья и вязания общаются на форумах «Осинки» (osinka.ru), представляют свои работы в рубрике «Похвастушки», и там их находят клиенты.

Почти в каждом городе есть своя мама, будь то sibmama (Новосибирск) или ufatama (Уфа) с темами о рукоделии. Возможностей заявить о себе – миллион!

Основная моя бизнес-площадка – блог, поэтому подробно опишу принципы работы в блогах.

Минус выставки-ярмарки, магазина в реале или шоу-рума на хендмейд-ресурсе в том, что там размещается ограниченное число работ, и посетитель не видит остальные произведения, всю палитру вашего таланта, не может изучить историю вашего творчества.

Мало кто из покупателей узрит в этом «магазине» душу автора, побудет в атмосфере сотворения и прочувствует каждую вещь... А посмотрев блог, напишут, что попали в волшебный мир, что наслаждались, что зарядились красотой и эмоциями и расправили крылья!

Блог позволяет проследить всю историю творчества и насчитывает обычно больше сотни работ, перед читателями открывается огромное поле для желаний. Им может ничего не прийти по вкусу среди тридцати работ на выставке, но здесь... Обычно мне присылают целый список моих стареньких бестселлеров, и время от времени появляется возможность какой-то из них повторить.

В блоге находишь себе не просто клиентов, а друзей. Потому что общаешься в комментариях, можешь легко спросить, как у кого дела, и запросто разузнать про жизнь читателя-покупателя. Он знает про твою жизнь, ты – про его. Общаться легко! И доверия к тебе как к автору (и продавцу) больше. Всегда можно задать любой вопрос, вы ведь друзья. И конечно, надеяться на обратную связь после покупки. Что не бросишь ты своего клиента в беде, чем сможешь – поможешь. А почему – потому что ты всегда на связи, всегда в своем блоге, каждую неделю – точно. И все твои френды об этом знают.

Твои читатели-друзья и тебе придут на помощь, поскольку автор часто – существо неуверенное в себе, своих силах и талантах, склонное к самокопанию и критическому отношению к собственным работам. Вот там-то и похвалят, и уверенности придадут, и в случае неудачи поддержат. Это важно, особенно когда автор только-только ступает не стезю хендмейда, – чтобы его поддержали хорошими откликами.

Самый большой плюс блога как торговой площадки – он бесплатный! Это бесплатная реклама, бесплатная площадка для продаж, бесплатный доступ к толпе людей, которые пишут, читают, тусуют в различных сообществах.

Вложения: хороший фотоаппарат. Кто-то снимает при дневном свете, а кому-то требуются штатив, лайт-бокс и лампы. Самое главное в онлайн-продажах – хорошие фотографии! Чтобы они получились, требуются минимальные знания по владению фотоаппаратом и редактированию фоток в графическом редакторе.

Обращаемся к специалисту – обычно это мужчина. Пусть покажет нам, где у аппарата «кнопочка» М (manual) и «лампочка», означающая электрический свет, где колесико, регулирующее диафрагму и выдержку. Пусть установит на компьютере фотешоп или редактор попроще и покажет, как обрезать картинку, выбелить фон и сделать изображение четче. Для начала достаточно, остальные приемы – во второй приход «специалиста» в гости.

Итак, вы завели себе блог. На livejournal или blogspot, неважно. Как сделать его популярным и, соответственно, денежным?

1. Большая красивая картинка – плюс куча других под катом. Описание. Цена. Все параметры. Не забываем разместить в блоге собственную фотку вместо аватарки.

2. Текст. Как эта вещь создавалась, например. Как пришла идея или каким необычным путем достались материалы. В общем, все что душе угодно, любые мысли. Не врем и не стараемся сделать текст интересным или зазывным: «Красота! Налетай, люди добрые! Кому бусы? Шикарные, из взаправдашних камней!» Что думаем и чувствуем – то и пишем. В этом и есть ценность слов. Они раскрывают автора как человека. Как индивидуальность. Открывают людям его мир.

Кому-то тексты нравятся, а тот, кто картинки пришел посмотреть, может и не читать. Все довольны.

3. Время от времени балуем читателей рассказом о своей жизни. Лучше с фотками.

Поначалу мне это совсем не давалось. И казалось ненужным. Зачем? Идет у меня блог по плану, одни фотки бусиков и превьюшки с текстиком. Зачем всю логику рушить?

Сейчас смотрю на блоги популярных авторов и думаю, какая была дура! Вот кто знает толк в пиаре! Уже и собственно работ выставляется меньше, чем рассказов «за жизнь».

Поэтому берем и пишем! Читателям всегда интересно узнать, как там, за кадром? Лучше о чем-нибудь эдаком, что не у всех и есть. Кто кулинарией балуется, выставляет фотку нереального блюда. Кто в месте интересном живет – расскажите да фоточку красивую повесьте. Или куда съездили, только самое интересное. Или животное с вами красивое да умное живет – предьявите.

Стоит только разок написать да сотню комментариев получить – сразу захочется писать дальше!

А многие еще маленькую манипуляцию в конце текста ввернут: а как вы, дорогие френды, праздники отмечаете? А куда вы

съездили? А что вы по данному поводу думаете? И соответственно, шквал комментариев – пригласили народ к диалогу.

4. Участвуем в разных сообществах. Типа «Ручная работа». Выставляем там свое творение. И получаем в ответ порцию френдов и, возможно, клиентов. Не ограничиваемся совсем уж локальными сообществами, посвященными куклам, открыткам, глине. Берем штурмом все сообщества сразу. Но не надоедаем.

5. Отвечаем на комментарии. Люди похвалили вашу работу – проигнорируете, и больше похвалы не дождетесь. Общаемся. Чем больше комментариев, тем лучше. Заходит человек в ваш блог – видит, блог живет на всю катушку, сколько здесь людей тусит, как народу интересно! Есть вообще спецы по разведению знатного «обсуждалова».

Людям важно ваше внимание. Я, например, не ходок по блогам моих френдов – времени нет. Но зашел такой человек, не поленился – прокомментировал (а только мы знаем, насколько ленивы люди!), ответьте на его внимание.

6. Размещаем мастер-класс. Такой только, какого еще не было – вашу авторскую находку. Этот мастер-класс расходится не только по блоговому ресурсу, но и по всему интернету. Люди такой мастер-класс заносят в «Избранное». Мастер становится знаменитым. Потому как гуру. Клиентов у таких гуру всегда больше, потому что они обладают уникальными знаниями и делятся ими с людьми. Имя передается из уст в уста. И становится еще более известным. Вывод: клиентов и продаж от этого становится только больше.

7. Блогеры-виртуозы устраивают конкурсы или лотереи. Можно выставить на конкурс халявку, и народ активизируется. Новых френдов, говорят, можно сотнями на такую халявку поймать. Было у тебя, к примеру, в профиле пятьсот френдов, а стало тысяча! Круто. Видит мимо проходящий эту тысячу и думает: «Ой, мне тоже туда надо!» Срабатывает стадный рефлекс.

8. Здорово участвовать в конкурсах других блогеров. Например, в конкурсе семейной фотографии на День святого Валентина –

отсылаешь фотку и свою историю, как романтично познакомились с мужем, о том, что из этого вышло – ого-го какая семья! Да еще между делом упомянешь, чем, собственно, занимаешься... Типа семья необычная: муж – то, а я – вот оно что! Привлечешь новых френдов и, соответственно, покупателей.

9. Кстати, если вы правильно ваш блог оптимизировали (о чем шла речь ранее), то он попадет в поисковики Яндексa и Google и будет двигаться вверх в зависимости от частоты обновления и количества посетителей в день. Ваш блог может легко опередить сайты конкурентов, а вы даже ни копейки не вложите! И посетителями вашего блога станут не только соседи-блогеры, но и просто люди из интернета.

Лень моя границ не знает, поэтому обхожусь первыми пятью пунктами и замечательно себя чувствую. Блог советую завести абсолютно всем, и не один, а на разных ресурсах. Публика на каждом ресурсе разная, отличная от другой. Где-то у вас не пойдет, а где-то ваш блог станет любимым сотнями людей.

Вместо заключения

Надеюсь, вы не забыли о принципе «сузь область своего применения»?

Этот принцип работает и здесь. Вы не сможете освоить сразу несколько вариантов продаж. Где-то будет хорошо получаться, а где-то не очень. Невозможно уделять время всему сразу. Обычно успешному хендмейкеру достаточно двух вариантов продаж. Например, в одной из социальных сетей и на выставках. Или на ресурсе для хендмейкеров и в блоге. На собственном сайте и реализуя через магазины.

Чтобы у вас где-то начало получаться – нужно уделить этому месту продаж максимум времени и все свое внимание! Изучать особенности, обращать внимание, как позиционируют себя на этой торговой площадке другие успешные авторы, вкладывать в это место силы и душу.

И это место должно вам нравиться! Если по каким-то причинам не нравится там выставлять свои изделия: публика не та, администрация ужасно себя ведет, вложения превышают прибыль, некрасивый интерфейс/антураж – не мучьтесь попытками взять эту «неприступную крепость». Есть множество вариантов, которые подойдут именно вам, где вам все будет нравиться, и прибыль не замедлит появиться!

Часть V

Клиенты

Глава 1

Для людей

Я встречала художников, которые не могут найти ценителей своих картин. Они пишут «отсебятину», не желая снизойти до обычного человека-покупателя. Они считают свой стиль высоким искусством, которое никто не понимает. Жалуются, что примитивные обыватели не в силах постичь их гениальных задумок.

Пренебрежение людьми – не та дорожка, которая ведет к успеху. Вспомним Мэрилин Монро, никто не говорит, что она гениальная актриса, она «всего лишь» любимица миллионов и остается ею до сих пор. Ее гений – в том, что она нашла путь к сердцу «примитивных обывателей». Искала и нашла.

Если бы Норма Джин Бейкер оставила все как есть, по праву считая свою естественную миловидность и настоящее имя высшей ценностью, она была бы единственным потребителем своего творческого продукта.

Создавая украшения для женщин, я ориентируюсь на их вкусы, мне нравится приносить людям радость, самое важное для меня – чтобы они получали удовольствие. Поэтому веду своеобразную статистику, какие цвета и формы предпочитают мои клиентки, какие модели становятся the best, переживая десяток «переизданий».

Если же вы создаете сумки/мыло/сайты/картины для себя – это хобби, но никак не творческий бизнес. Бизнес ориентирован на других людей.

Недавно беседовала с Ингой, она окончила сценарный факультет, замужем за режиссером. На мой вопрос об успехе и творчестве она рассказала, что преподаватель ВГИКа и известный сценарист Ариф Алиев говорил им так:

«Все, кто поступает на сценарный факультет, считают себя будущими Тарковскими. Основная масса видят себя в авторском

кино, получающими призы на фестивалях. Но обычно подобные фильмы не нужны публике, она знать не знает такого сценариста или режиссера.

Все обретшие славу сценаристы писали для людей. Только отработав какие-то приемы, получив опыт, осознав, что лучше всего получается, сценарист мог позволить себе сделать авторский фильм и получить приз на фестивале».

Многие известные режиссеры начинали с клипов или рекламы. То же и со знаменитыми фотографами – некоторые когда-то бегали по свадьбам.

Чем ты сам проще относишься к своему «искусству», тем лучше. Скромность украшает. Скромность позволяет дать людям то, что они хотят. Когда они получают то, что хотят, они любят тебя и твое «искусство».

У моды две цели: удобство и любовь.

А красота возникает, когда мода добивается этих целей.

Коко Шанель

Человек, который настроен организовать творческий бизнес, всегда ориентирован на клиента.

Поэтому общайтесь с клиентом, узнавайте, что ему нужно, подстраивайтесь. Общайтесь как можно с бóльшим количеством клиентов, узнавайте вкусы, ведите статистику, какая ваша работа заслужила многочисленные отклики, а какая не вызвала эмоций.

Как-то раз я перебирала эскизы в мастерской знакомого художника. И увидела нужное мне полотно: мозаичную рыбу на желтом фоне. Тона картины так подходили к цвету стен в моей гостиной! Я сразу составила заказ: хочу такую же, но с двумя рыбами! Две – символ семейного счастья.

И тут я заметила, что правый край картины голубой. Весь фон желтый, а в углу голубой треугольник... На мой вопрос художник

выдал: «А это море!»

«Как это море... – в некотором замешательстве спросила я. – А рыба, что, на песке? Онадохлая, что ли?»

Живописец должен изображать не то, что он видит, а то, что будет увидено.

Поль Валери

Редкий художник окажется готов к тому, чтобы его шедевр рассматривали просто как часть интерьера, который должен по тону совпасть с цветом стен. Обычно он считает свою работу чисто духовным объектом. И к изменениям в своем «шедевре» он не готов.

А у людей, которые ведут творческий бизнес, нередки такие ситуации, когда клиенту нравится идея, но ему хочется, чтобы идея идеально отвечала его условиям. Ему нравится связанный вами жилет, но он хочет иметь такой свитер – так приделайте к жилетке рукава. А если захочет в таком же стиле шапку, свяжите еще и шапку.

Кстати, в классической литературе творческий типаж, обычно художник, всегда выступает как человек, очень сложный в общении. Да и в нашем сознании утвердился такой стереотип: если художник, то это грязный недружелюбный тип, замкнутый и бедный, живущий в захлавленной квартирке.

Может, потому он и бедный, что грязный и недружелюбный? Так что оценим себя со стороны, постараемся от клиента и его запросов не прятаться, а заинтересованно выслушаем его пожелания. Многие успешные авторы отмечают, что оказаться впереди им помогли как раз дотошные клиенты, которые требовали от автора вещь, созданную в их вкусе и видении. Создавая творение в новой для себя манере, такой автор поневоле выходит за собственные рамки – и в итоге удивляет публику. Услышать своего клиента – часто для творца способ не застыть на месте, возможность оказаться снова впереди.

Вы не можете добиться успеха сами по себе.

Другие люди делают вас успешным.

Поэтому вам следует сфокусироваться на других, а не на себе.

Джек Траут

Увы, мы тратим на творчество только 10 процентов своего времени, а девяносто – на продвижение, и его большую часть – на общение.

Перестаньте сосредотачиваться на себе одном, вокруг много интересных личностей, а значит – много идей и возможностей для творчества.

Глава 2

Новатор ищет вас

В одной из книжек по бизнесу, коих я за последние месяцы прочла немало – надо же было выдать достойный авторский продукт, а именно это руководство, – я узнала, что американские маркетологи, исследуя любой товар, применяют простую схему.

Продукт проникает на рынок определенным путем.

Сначала его пробуют новаторы – люди, которые любят все новое, следят за новинками и хотят быть впереди всех. Эти люди хотят удивить других, вызвать к себе интерес.

За новаторами идут «передовики», обычно это знакомые новаторов. Они увидели продукт у новатора или другого «передовика», заинтересовались, захотели иметь его у себя или сочли, что раз этим пользуются их друзья, значит в этом есть толк. Это самая большая группа потребителей.

Последние в списке тех, кто захочет приобрести исследуемый товар, – консерваторы. Они покупают кассетный магнитофон (вместо проигрывателя пластинок) тогда, когда все вокруг уже пользуются компакт-дисками.

Когда я прочла об этой схеме, то подумала, что у нашего творческого продукта есть особенность: большинство наших клиентов – новаторы! Люди, которые хотят получить то, чего нет у других (необычную авторскую вещь). Люди, которые хотят таким образом привлечь к себе внимание и чувствовать себя уникальными. Только они оценивают эксклюзивность в хорошую сумму.

Вторая группа – это друзья новаторов, которые заинтересовались нашим продуктом, потому что увидели его у новатора. И доверились нам как продавцам, потому что у его друга-новатора есть положительный опыт общения с нами: не обманули, и вещь оказалась хорошего качества, и автор приятный человек.

Вас ищет новатор! Поэтому вы должны создать такой авторский продукт, который заинтересует новаторов, а именно – яркую, броскую, необычную вещь. С помощью которой покупатель ощутит себя не таким, как все, и привлечет к своей персоне внимание.

Большинство новаторов живут в крупных городах, такая у них психологическая особенность. В маленьком городке им обычно тесно, хочется явить свою индивидуальность миру. Именно большой город дает для этого возможности, в том числе финансовые.

Поэтому 90 процентов моих клиенток – москвички. И не только моих. Возьмите любого талантливого автора, даже с Украины, основные его клиенты – из Москвы.

Часто автор, живущий в провинции, никогда не видит своих клиентов лично, он общается с ними по интернету и бегаёт на почту отправлять посылки.

Так что если вы начинающий автор, живущий на просторах нашей страны, интернет большое подспорье как в поиске клиентов, так и в заказе материалов для творчества.

Глава 3

Клиент всегда прав?

С тех пор как я начала свое дело, у меня было много разных ситуаций с моими клиентами. И могу честно сказать: каждая неприятная ситуация – большой урок. И все они заставляли меня совершенствовать свою работу.

Но иногда (такое случается крайне редко) попадаются клиенты, с которыми у меня происходит «неконтакт». Тяжелые сами по себе люди или грубые в общении, все бывает. Как поступать в таких ситуациях?

Вспоминается несколько случаев, когда мои клиенты совершенно не понимали, кто я есть на самом деле. Например, один покупатель (мужчина, заказавший подарок для своей девушки) считал меня просто продавцом и откровенно хамил. Вторая, дама в возрасте, профессор из престижного вуза, воспринимала меня как девочку, которая обязана ей прислуживать. По ее понятиям, я была ниже по рангу.

Самое удивительное, что оба клиента настаивали на «долгосрочном сотрудничестве». Потому что им нравилась их роль, они получали от нее удовольствие. Но не я. Подвигнуть меня к такому «сотрудничеству» могла только жадность. И если у вас есть такие клиенты, на которых из раза в раз жалуетесь, но с которыми продолжаете общаться, значит вами движет обычная жадность. Жалко незаработанных в случае вашего отказа денег. А жадность – это следствие страха, что ваш творческий продукт больше никто не купит.

Если вы уверены в себе, в том, что «купят, с руками оторвут», не будет приступов страха и жадности, не будет унижения перед грубыми клиентами. Чтобы не поддаваться такой панике, постарайтесь создавать великолепный авторский продукт, который

купают непременно. И уверенность придет к вам, как и ощущение комфорта при общении с покупателями.

Я в какой-то момент решила стать *к себе* щедрой и позволить отказывать тем, кто по разным причинам треплет мне нервы.

Клиент всегда прав – это аксиома для продавца, а у автора тонкая душевная организация, он не может тратить свои душевные силы на разных грубиянов, они ему нужны, чтобы сочинять интересные штуки для тех, кто оценит общение с волшебным существом.

Да и вообще, для чего вы выбрали этот путь? Я – ради удовольствия. Так почему я должна позволять кому-то лишиться меня удовольствия от моего занятия, удовольствия от общения с добрыми, хорошими людьми?

Есть у этой медали и другая сторона.

У каждого человека – своя картинка мира, и любой другой человек нам кажется странным. Любой. Он говорит не так, выглядит не так, делает не так и живет не так. Самое интересное, что и вас он воспринимает таким же образом.

Поверьте, мне встречаются очень странные клиенты.

Кто-то строчит мне письмо на рэперском сленге и при встрече говорит на нем, а кто-то на встречу в кафе приводит все свое семейство, включая внука и зятя – оценить украшение и обсудить (прямо семейный совет!), стоит его покупать или нет.

Кто-то читает стихи Есенина, а кто-то при первой же встрече начинает торговаться. Кто-то, сделав заблаговременный заказ (я специально покупала материалы и создавала вещь под размер), приходит на встречу без денег – посмотреть...

А кто-то присылает письмо в стиле «я вся такая внезапная... такая противоречивая вся» и просит сделать украшение под свой характер.

А кто-то на полном серьезе предлагает работу в офисе...

Иногда мне кажется, никто уже не в силах меня удивить. Недавно встретила писателя-футуролога, который заявил, что он – будущий

президент России, и его правление начнется в 2016 году... Думаете, хоть один мускул дрогнул на моем лице?

Беда еще в том, что люди боятся друг друга. Приходя на первую встречу, человек начинает вести себя неестественно, говорить невпопад. Но стоит вам уделить ему чуточку внимания и позволить расслабиться, вы увидите, как он преобразится!

Кто-то должен первым проявить дружелюбие и расположение. Сделайте это вы. И собеседник начнет подстраиваться под вашу картинку мира. Все люди хотят любви, приятия и боятся нелюбви.

Обычно, когда встречается сложный клиент, вы сами находитесь в определенном эмоциональном состоянии. Вашей встрече (или переписке) предшествовал какой-то опыт. Поэтому этого клиента вы воспринимаете через призму своего опыта. Это не реальный человек. Это ваша картинка человека.

Когда вы встретитесь/спишетесь через полгода, этот сложный клиент может вдруг перестать быть сложным и окажется совершенно адекватным. Даже прекрасным!

Поэтому не спешите оценивать! Не спешите бояться!

Если клиент упрямо напрашивается к вам домой, это не обязательно маньяк, просто он привык ходить в гости, любит непринужденную обстановку и живое общение.

Если клиент испортил вам встречу с другими клиентами и грозная туча неудовольствия повисла над столом, не возмущайтесь. Просто именно этому клиенту требуется больше внимания, он хочет быть самым любимым «ребенком».

Как и тот, что торгуется, словно на рынке, всего лишь хочет особого отношения, требует большей любви. Как и тот, кто просит переделать вещь снова и снова для еще большей красоты и удобства, именно у него все рвется и ломается, и он раз за разом возвращается к вам – да вы просто лучик в его темном царстве!

Клиент хочет быть любимым, старается привлечь к себе внимание, иногда совершенно странным образом. И чем более он восторгается

работами автора, чем более ценит его талант, тем страннее себя ведет.

Относитесь к ним, как к детям.

Глава 4

Как обрести постоянных клиентов

О качестве вашего продукта мы уже говорили – это первостепенно. Поговорим о другом. Мы, авторы, такие разные. Кто-то ценит в себе профессионализм и не считает нужным заигрывать и дружить с клиентами, ведь лучше профессионала им все равно не найти! Пусть клиенты ценят это! Пусть ценят мой продукт, какое им дело до меня самого?

Другие авторы по природе своей люди замкнутые и необщительные, сводят контакт с покупателем к минимуму, и клиенты к ним редко возвращаются. Приходится тратить силы и деньги на маркетинг, рекламу, визитки, зазывные баннеры, вести чрезмерно имиджевый блог – чтобы обеспечить постоянный поток новых клиентов.

А ведь каждый клиент, покупающий себе подарок (а мы с вами говорили о том, что 95 процентов покупок совершаются благодаря эмоциям), будь то расписной платок или кухонная доска, хочет себя потешить, утешить, доставить удовольствие, получить приз за все свои трудовые дни и стресс.

И конечно, это усталое, жаждущее любви создание пойдет к душевному автору, который не только продаст прекрасное творение, но и выслушает, одобрит, вдохновит. В общем – уделит максимум внимания. Клиент вернется к своему другу.

Автору-другу не нужны визитки и реклама, топовые места в Яндексe, у него всегда есть клиенты.

Давайте же научимся быть для своих клиентов друзьями!

В нашем деле недостаточно хорошего сервиса. Недостаточно качественной упаковки и того, что вы не опаздываете на встречи. Наши клиенты привыкли к этому. Им хочется большего – заботы.

Авторы-интроверты, конечно, возмутятся: «Я же им не мамочка! Зачем мне их проблемы? Своих хватает!»

Можете возмущаться, постоянных клиентов у вас от этого не прибавится. Будете и дальше вкладывать чрезмерные силы и деньги в маркетинг и рекламу.

Есть правила вежливости, которые выполнять по силам любому. Даже махровому интроверту.

1. В конце ваших писем пишите: «С уважением, ...», а лучше настройте шаблон письма с конечной подписью, и голова не будет болеть.

2. Называйте вашего клиента по имени, в тексте письма или разговоре обратитесь к нему по имени несколько раз.

3. За оплату поблагодарите.

4. Попросите клиента по получении посылки отписаться вам.

А если этого не произошло, напишите сами. Не бойтесь! Если клиенту вещь не подошла и он остался недоволен, хотя бы услышите обратную связь и исправите ошибку в будущем.

Такова человеческая природа: лучше запоминается то, что произошло в самом конце. Какой бы распрекрасный контакт у вас не сложился в начале сделки, человеку запомнится именно ваше равнодушие в конце. Так что проявите заботу!

5. Отвечайте на комментарии в вашем блоге.

Читатели ждут этого. Равнодушие к их похвалам приведет к тому, что они сочтут вас нелюдимым и высокомерным человеком. И перестанут хвалить. А для вашего блога это очень опасно, ведь по количеству откликов клиенты судят об актуальности и желанности вашего продукта.

Если откликов много, значит в блоге царит ажиотаж, значит автор предлагает что-то очень нужное. Кто последний? Я за вами!

6. Для личной встречи выбирайте удобное для клиента место, где он чувствовал бы себя комфортно, а не совершал покупку впопыхах. Или воспользуйтесь услугами курьера.

Теперь о вещах посложнее. Они не многим по силам. Тем выгоднее вы будете отличаться от своих коллег по ремеслу.

1. Если это возможно, осуществляйте мелкий ремонт ваших изделий бесплатно. Опубликуйте это правило у себя на сайте или в блоге, чтобы любой новичок знал об этом. И следуйте этому правилу.

Такая запись привлечет к вам осторожных клиентов. Послепродажное обслуживание их очень ободрит.

Оторванные пуговицы, сломанная застежка, разошедшийся шов – из-за каких-то мелочей иногда вещь не может больше использоваться. Если вы придете на помощь как друг, уверяю, это будет оценено.

Люди тратят огромные деньги на привлечение клиентов, рекламу, а мелкий ремонт вам ничего не стоит, зато вы получите такого клиента навсегда. Но если возьмете деньги там, где с друга бы денег не взяли, это тоже запомнят и посчитают вас мелочным. Заработав 10 долларов, вы можете потерять тысячи.

Оставайтесь в трудную минуту другом.

2. Работа нашей почты, увы, полна неприятных сюрпризов. И если такой неприятный сюрприз случился с отправленной вами посылкой, возьмите ответственность на себя: верните клиенту деньги или продублируйте отправку, а с почтой разбирайтесь сами.

Из собственной жадности или страха перед жадными работниками почты многие авторы не страхуют свои посылки на полную стоимость. И когда случается беда, ведут себя совершенно неадекватно.

Поверьте, лучше взять с клиента 10–15 долларов за пересылку со страховкой, чем потом не знать, что делать.

Ваши самые несчастные клиенты – это ваш самый главный источник для изучения.

Билл Гейтс

Вы можете отправлять пятьдесят посылок в месяц, то есть шестьсот посылок в год, и если из этих шестисот посылок одна не дойдет или придет неполной, можете не обращать на это внимания. Подумаешь, в целом-то все в порядке, дела идут отлично!

Но ведь этот клиент не получил именно свою посылку или получил ее неполной. И столкнулся с вашим равнодушием. Его статистика будет свидетельствовать о том, что вы отвратительно ведете дела, что все остальные ваши посылки так же плохо упакованы, по каждой придется разбираться и отстаивать собственную правоту. Его статистика – вы плохой человек, думающий только о личной выгоде.

Если у клиента возникла проблема, будьте уверены: для него это «слон», нет ничего важнее! Он хочет срочного вмешательства, хочет, чтобы его выслушали, успокоили и во всем разобрались, хочет знать, что данный инцидент повлиял на вашу методику обслуживания и вы впредь предотвратите подобные происшествия.

Не бросайте клиента в беде, позаботьтесь о нем.

3. Чтобы наработать постоянных клиентов, вы должны постоянно развиваться как автор. Если ваш клиент через полгода после покупки увидит в вашем магазинчике то же самое, что он видел в прошлый раз, ему станет скучно.

А вот если вы каждый раз удивляете, если пробуете новые материалы, осваиваете новые «территории», если ваше мастерство растет – клиент останется с вами, ему будет интересно.

Развитие должно касаться не только вашего творчества, но и сервиса. Более качественные и необычные вещи, которые вы спустя год рождаете, достойны более продуманной упаковки, например. Если на первых порах вы отправляете ваши вещи завернутыми в полиэтилен, то со временем желательно перейти к красивой коробочке, крафт-пакетам или мешочкам из красивой ткани. Шедевр не должен быть завернут в полиэтилен, не должен передаваться в метро, к своему творению нужно относиться уважительно! И клиент отнесется к такой вещи с уважением.

Как привлечь постоянных клиентов – список способов бесконечен. Дружеская беседа или отличный сервис, особая уютная атмосфера, в которой совершается сделка, ваше искреннее желание не продать, а помочь, – в любом случае клиент получит больше, чем ожидал. И захочет вернуться.

Только в одном случае он не вернется никогда, даже после дружеской беседы и великолепного сервиса, – если вы продали человеку вещь плохого качества. Прекрасное качество – самый верный способ завоевать симпатию и верность клиента.

Глава 5

Личная встреча и разговор с клиентом

Еще раз повторяюсь, что

вы – ваш самый главный продукт.

Не только ваше изделие, вы сами должны вызывать хорошее эмоциональное состояние у покупателей. При общении с вами клиент хочет получить хорошие эмоции и ждет их от вас.

Когда человек впервые встречается с вами, свободным художником, у него уже сформировано определенное мнение насчет вас. В зависимости от профессии все мы подразделяем друг друга на какие-то категории. Бухгалтера или мужчину-стилиста мы сразу мысленно относим к определенным типажам, как и секретаря или домработницу.

К вам, творческому человеку, уже заранее относятся как к пришельцу с другой планеты, поэтому если вы явитесь на встречу в офисном костюме, клиент будет разочарован. Ваш облик должен соответствовать вашей профессии.

Доказано, что визуальное впечатление – самое яркое и запоминающееся.

Вы можете быть талантливым человеком, удивительным собеседником, а ваши творения – выше всяких похвал, но впечатление от вашего визуального образа может разом перечеркнуть все достоинства.

Почему еще стоит потратить какое-то количество денег и времени, чтобы выглядеть достойно? Потому что когда прекрасно выглядишь, поднимается самооценка, вы цените себя дороже и ощущаете себя лучше. А ваше самоощущение чувствует клиент.

Одеваться следует для той работы, которую вы хотите иметь, а не для той, которую имеете.

Дональд Трамп

Это изречение можно перефразировать так: одеваться следует для тех денег, которые вы хотите получать за свои творения.

О'кей, вы приделались в соответствии со своей профессией. И произвели первое самое важное визуальное впечатление. Далее следует общение, от которого у вашего клиента должно возникнуть хорошее состояние души.

Самые приятные в общении люди – оптимисты, они заряжают хорошим настроением. Но еще более приятные люди – те, которые нас внимательно слушают.

Когда клиент идет на встречу с вами, он заранее знает, что встретится с необычным творческим человеком, которого интересно послушать. Но ваше внимание к его персоне еще более важно. Он поймет, что интересен и вам. Что он не просто покупатель, до которого вам дела нет: купил – и до свидания! Каждому человеку хочется быть интересным другому, тем более – мастеру с именем.

Люди таковы, что для них самое интересное на свете – это они сами. Слушайте, задавайте вопросы, людям так редко удается излить душу – как раз потому, что остальным есть дело только до самих себя. К тому же вы узнаете столько интересного! Слушать других намного познавательнее, чем повторять одну и ту же историю тысячу раз подряд.

Обычно мы говорим о себе, чтобы произвести впечатление. Автору это не нужно, он и так произвел впечатление своими работами. Но еще лучшее впечатление он произведет, если внимательно выслушает клиента.

Однажды из разговора с соседкой я узнала, что она увлекается пэчворком (шьем из лоскутков) и даже была на выставке за границей. Я сразу наострила уши – пишу книгу о творческом

бизнесе и не ведаю, что у меня под носом такой человек живет! И стала соседку расспрашивать да в гости напрашиваться – посмотреть ее работы. И тут она достала из сумки косметичку собственного сочинения в качестве образца своего искусства. Я тут же потеряла интерес, это было такое убожество! Честно, мне было бы стыдно такое показывать. Косметичка настолько не соответствовала длинному рассказу о путешествии и выставке где-то в Барселоне...

Но после проявленного к ее персоне интереса соседка решила, что я ее лучший друг. Как-то столкнувшись со мной на лестничной площадке, она обрадованно потащила меня в свою квартирку продемонстрировать лоскутное одеяло. Увидев «шедевр», я могла только промычать: «Да, столько труда...»

Оказалось, на продажу она не делает. А зря, потому что мастер-бизнесмен предъявляет к себе повышенные требования и быстрее растет как профессионал. Ведь если он застынет на месте, то прогорит, это хороший стимул для роста. Такой мастер выбирает не отечественный ситец, а заграничную ткань. Не поддается порыву сварганить вещь из всего, что под рукой, а изучает книги и сайты по колористике.

А моя соседка, не умолкая ни на секунду, нахваливая курсы пэчворка, куда ходят девочки – мои ровесницы, все доставала и доставала из шкафчика свои тряпочки. По ходу ее монолога выяснилось, что и в Барселону она ездила за компанию, с действительно талантливыми мастерицами.

И тут я тихо заикнулась, что «как бы тоже кое-что поделываю по части бижутерии». На что соседка заявила: «Это совсем не помешает тебе поучиться пэчворку!» Моя жизнь не вызвала у нее ни капли интереса, я была интересна ей лишь как почитатель, как заинтересованное лицо. Думаю, она все это во мне, молчащей, и находила.

И из уст моих клиенток – светских дам часто слышу, что их любимцы – художники или поэты – каждую минуту беседы

посвящают самим себе, все остальные люди для них – зрительный зал. О таких «звездах» рассказывают и с восхищением, если они талантливы, и всегда – с сожалением. С сожалением о непроявленном внимании.

Поэтому не встречайтесь с клиентами в спешке.

Если вы не найдете на покупателя время, возможно, это будет первая и последняя ваша встреча. Подумайте об удобном месте, где можно было бы спокойно поговорить, угостить клиента чаем и узнать, кто он и чем живет. Подружившись, вы узнаете вкусы, предпочтения человека и в дальнейшем сможете создавать творческий продукт, отвечающий его требованиям.

Изначально я встречалась с клиентками в метро. Нестыковки, опоздания, громкие звуки и толпа. Все это не способствует приятному впечатлению от встречи.

Как с одеждой, в которой ты чувствуешь свою ценность, так и с местом встречи. Как ты себя оцениваешь, в такой обстановке и заключаешь сделку.

Метро не то место, где можно стать обладателем чего-то по-настоящему ценного. Ваш продукт должен быть крутым, а обладатель – чувствовать себя избранным.

Теперь я встречаюсь с клиентами в кафе, и их опоздания никаким образом не влияют на мое настроение, сижу себе, мятный чай попиваю, книжку читаю в уютной атмосфере. И даже если клиент придет раньше меня, ему будет чем заняться, начнет получать удовольствие еще до нашей встречи.

Что же делать тем, кто необщителен, кто по натуре интроверт? Можно пройти соответствующий психологический тренинг, потому что все ваши проблемы в общении, замкнутость – как обычно, из детства. Или пойти на курсы ораторского мастерства, где учат выражать себя перед целой толпой. Несомненно, это пригодится и в других сферах жизни, не только в бизнесе.

В детстве-юности я в основном общалась с друзьями моего брата и выросла мальчишницей – быстро находила язык с мужчинами,

чувствовала себя с ними легко. Женщины же меня пугали, я не представляла, о чем с ними можно разговаривать. И вот теперь все мои клиенты – женщины. И я болтаю с ними каждый день.

А еще я выросла очень скромной, преследуемой страхом, что обо мне скажут люди. Поэтому в разговоре боялась сказать и спросить лишнее, из страха начинала что-то из себя изображать, чтобы казаться лучше, умнее... Поэтому разговор с людьми, особенно старше меня, не клеился.

Спасло меня увлечение психологией и то, что отучилась на курсах коучинга, а потом случайно оказалась на сильном психологическом тренинге. Там я прошла через такие муки самолюбия и, как мне казалось, унижения перед толпой в пятьдесят человек, что мне теперь совсем не страшно, что подумает обо мне отдельная личность.

А когда стала заниматься любимым делом, то вообще ощутила гармонию со всем миром! Наконец-то определив, кто я, каково мое место в этом мире, стала общаться с людьми еще увереннее.

В своем бестселлере «Есть, молиться, любить» Элизабет Гилберт рассказывает, что жители Бали любого нового человека спрашивают, куда он направляется и откуда пришел. И по его ответам относят к какому-то типу в местной иерархии отношений.

Видимо, раньше я подсознательно не понимала, как мне разговаривать с другими, потому что не знала, кто я сама, «куда направляюсь и откуда пришла» – для меня это было неразрешимой загадкой. И каким образом я соотношусь с другим человеком.

Общаясь с людьми в качестве юриста, хорошо понимала ложность их видения меня, и они, я это чувствовала, видели несоответствие между мной «юристом» и моей сутью.

Сейчас я знаю, что из себя представляю, и не испытываю в общении с людьми внутреннего страха и неопределенности. Могу смотреть каждому в глаза и спрашивать обо всем, о чем мне заблагорассудится узнать. Бывает, за десять минут узнаю о человеке больше, чем все его коллеги за десять лет совместной работы.

Теперь я похожу на балийца, который узнает при встрече, откуда новичок прибыл и куда направляется по жизни.

При встрече с клиентом мне часто приходится подгонять бусы или браслет под размеры хозяйки, это требует некоторого времени. Чтобы клиент не чувствовал себя брошенным, обычно задаю ему пару самых простых вопросов, например: «Кем вы работаете?».

Раньше я была столь стеснительна, что провалилась бы под стол, но не выдавила бы из себя этих трех слов. Ведь я ступаю на чужую территорию! Никто не просил меня лезть в его жизнь! Что он обо мне подумает?! Наверняка от этого вопроса он смутится! Я испугаю его и лишусь клиента!

Мой страх говорил сам за себя: в свое время я стеснялась собственной профессии, когда, словно лист на ветру, попадала то в фитнес-клуб, то в страховую компанию... Работала непонятно кем, не хотела говорить на эту тему и наверняка бы смутилась и сбежала, лишь бы не лезли мне в душу!

Если вы смущаетесь говорить на какую-либо тему, значит у вас не все в порядке именно с этой темой.

Сейчас я запросто спрашиваю людей, кем кто работает, и из ответа вытекает еще куча вопросов: нравится ли работа, чем занимается компания, много ли людей там работает... Можно дальше не перечислять, потому что обычно человек сам начинает говорить-говорить, и его не остановишь. Заодно узнаешь, замужем/женат ли, про детей, хобби и прочее, поскольку обычно разговор о работе касается всей жизни человека. Просто следуешь ходу беседы, словно плывешь по течению.

Соответственно, второй мой вопрос (если в нем есть надобность) – про семью: замужем ли моя клиентка и есть ли у нее дети. Из любого ответа на эти вопросы – да или нет – может вытечь целый разговор! Если да – все очень просто: сколько детей, сколько им лет, как зовут, чем увлекаются или на кого учатся... Женщины обожают говорить о детях, и у меня есть ребенок, так что нам, мамашкам, есть о чем поговорить. Хотя бы о воспитании...

О мужьях говорить не очень любят, обычно наши женщины или ими недовольны, или боятся делиться своим счастьем и обсуждать его. А может, это опять чисто моя заморочка?..

Если женщина одинока, это, по крайней мере для меня, прекрасная тема! Поскольку с нынешним мужем я познакомилась по интернету, легко могу поделиться опытом, как следует искать мужа в Сети. А уж со сколькими девочками я на эту тему побеседовала! И опыта у меня только прибавилось, поскольку накопилась масса историй, как следует и как не следует знакомиться.

Если же вы стесняетесь говорить на тему замужества или одиночества, значит у вас самой с этой темой неладит. Начните обсуждать и спрашивать. Вы можете от своих клиенток столько узнать полезного по любому вопросу, и это поможет вам в вашей жизни.

Они будут только рады! Ведь как приятно помочь нуждающемуся и предстать перед ним знатоком!

Если вы любите шопинг, говорите о шопинге, если любите готовить – о кулинарии. Говорите о путешествиях, домашних животных, машинах или политике. Перед Новым годом ко мне в кафе пришли двое мужчин за подарками для своих любимых. Так мы втроем обсуждали политику.

Большинство людей любят, обожают говорить о себе, делают это подолгу, со вкусом. Парой вопросов вы только предоставите им шанс получить массу удовольствия.

Я люблю расспрашивать своих клиентов, передо мной предстает другая жизнь, такая непохожая на мою, мне очень интересно слушать! Но есть клиенты, которые, наоборот, мало говорят о себе и любят слушать, им интересна именно ваша жизнь, ваши суждения и взгляды, ваши каждодневные дела. Так расскажите им...

Пусть поначалу будет трудно завести разговор, потом все пойдет непринужденнее. Если вы ринулись в бой с вопросом о работе, как только клиент сел за ваш столик в кафе, это будет чересчур.

Расспросите, как добрался, легко ли, или пришлось стоять в пробке. Как нашел вас в Сети? Часто ли покупает авторские вещи?

Если получится завязать разговор, советую после записать в вашу книжечку о клиентах (а ведь у вас есть такая книжечка?): детей зовут так-то и так-то, им столько лет, клиент работает бухгалтером, например, у нее есть кот и она недавно была во Франции.

Когда этот клиент вернется к вам, вы уже заранее вспомните-поймете, кто придет на встречу. Вспомнив, о чем был разговор, вам легче начать его снова, осведомиться, как дела у деток и не съездила ли ваша клиентка за это время еще разок за границу. Ой, как приятно ей будет, что вы так хорошо ее помните!

Дело тут даже не в практичности. Например, у меня очень плохая память на имена. По именам я никого не помню, только по лицам – на лица у меня сверхпамять. И в моей книжечке никакое имя мне ничего не скажет (их там сотни) – я вспомню человека по перечню бусиков, которые он купил, да по отрывкам разговора. По фотке – если она определяется в письме.

Конечно, если вы видите с клиентом уже в третий раз, то и вспоминать не придется ваш прошлый разговор – отношения уже налажены, вы практически друзья, все о человеке знаете, – остается только делиться новостями. Но на первых порах полагаться на свою память – глупо.

Человеку должно быть приятно иметь дело с вами, поэтому помнить, что у него внук, а не внучка, и что внуку-проказнику не семь, а четыре года, – уже многое значит для вашего собеседника. По крайней мере он не услышит от вас дурацких вопросов вроде: «Я забыла, сколько вашей внучке? Как ее дела в школе?»

Глава 6

Верность вознаграждается

К постоянным клиентам нужно относиться как к VIP-персонам. Это костяк вашего бизнеса.

Следует даже провести анализ и вычислить их – самых постоянных, самых приятных и легких в общении и сосредоточиться на них. Остальным можно уделять гораздо меньше времени, а от каких-то и вовсе отказаться – тех самых, кто покупает ничтожно мало, но требует «выше крыши». Например, если вы вяжете крупные вещи, можно запросто отказаться от нового клиента, требующего связать ему варежки. А вот старому верному клиенту, у которого уже десяток связанных вами вещей, варежки можно и связать, даже в подарок.

Постоянных клиентов нужно баловать. Скидками, подарками, дополнительными услугами. Время от времени преподносить им сюрприз. Поздравлять с Новым годом и днем рождения.

Постоянный клиент должен чувствовать к себе особое отношение, он его ждет.

Если вдруг он почувствует, что вы его цените наравне с новичками (новыми клиентами), он обидится. Постоянный клиент должен знать, что вы его цените выше.

Так же обстоят дела в семье. Если муж стал оказывать внимание незнакомке, а жену воспринимает как должное, она как минимум обидится.

Постоянные клиенты нарабатываются. Если человек обратился к вам во второй раз, вы обязаны к его приходу знать, как его зовут и что он приобрел в прошлый раз.

Ведите записи. Если ваша профессия связана с мерками (например, пошив одежды, имиджмейк и т. д.) – само собой разумеется, что все мерки этого человека вами сохранены. Если вы

изготавливаете косметику, должны быть сохранены параметры кожи, все рецепты для данного человека тоже.

Я разделяю постоянных клиентов на два типа.

Первый тип, я называю его «клиент на год», – эмоционал, он случайно познакомился с вашими работами, влюбился без памяти, и в первый год только и делает, что покупает и покупает. Бывает, по несколько работ в месяц.

В первый год он не может остановиться, словно утоляет эмоциональный голод. Обычно через год (бывает, и через два) такой клиент «наедается» и остывает. Понимает, что девать ваши творения уже некуда, носить – не переносить, все стены ими в доме увешаны, а сундуки переполнены. Время от одной покупки до другой теперь длится месяца три или полгода, покупки носят более продуманный характер. Клиент заказывает у вас подарки для друзей.

Или же ваше расставание на месяцы вызвано тем, что за год качество ваших работ выросло, в них стало больше фантазийности, узнаваемого стиля, а с ними выросли и цены. Заработок же у постоянного клиента за год остался тем же.

Перемены в семейном статусе – тоже распространенная причина «пропажи» постоянного клиента. В период эмоционального голода, который обычно предшествует разводу, такой клиент скупает ваши творения, утоляя жажду внимания и любви к себе. Такой любви как раз ему недостает в браке. И вот брак распался – клиент потерялся. Он начинает новую жизнь, кардинально меняет образ, избавляется от старых воспоминаний. И возвращаться к старой портнихе, например, и не думает.

Второй тип с самого начала покупает редко, но периодически, постоянно к вам возвращаясь, словно балуя себя.

Надеюсь, вам понятна моя мысль. Если вдруг клиент вцепился в вас и вы стали видеться с ним чаще, чем с лучшей подругой, не спешите праздновать победу. Не будет этот клиент кормить вас до конца дней своих, выкупая все новинки. Это не навсегда.

Позаботьтесь о том, чтобы ваши работы имели спрос среди других людей.

Поговорим о скидках. Все мои постоянные клиенты имеют скидку в 10 процентов, но эта скидка не растет. Почему?

По правилу 20/80 (закон Парето) 80 процентов покупок совершают 20 процентов клиентов. То есть именно постоянные клиенты приносят вам прибыль. Если вы будете поощрять их растущими скидками, от основной вашей прибыли не останется и следа.

К тому же скидки никто не запоминает, с течением времени они воспринимаются клиентом как должное, хоть и уносят половину вашей прибыли.

Если хотите поблагодарить и поощрить вашего постоянного клиента, сделайте ему маленький подарок, пусть это будет неожиданно и приятно для него. Единственное условие – этот подарок должен быть ему интересен. Если клиент годами покупает у вас кожаные сумки, можете сшить для него кошелек или чехол для мобильного телефона в тон новой сумке. Не нужно дарить духи или абонемент в салон красоты, это может оказаться вне интересов клиента.

Так как я часто заказываю фурнитуру по интернету и у многих магазинов числюсь как постоянный клиент, однажды столкнулась с таким вот «благодарным» продавцом. Мне нравится получать бонусы в виде дополнительной фурнитуры, которую обычно прикрепляют к визитке в маленьком пакетике, мне приятно достать свой подарок из посылки. Но тут мне прислали сначала кожаный браслет... Потом странный шарф... Зачем? Конечно, все эти подарки оставили меня в недоумении.

Подарите клиенту то, за чем он постоянно обращается к вам, в чем он нуждается и что оценит.

Иметь постоянных клиентов прекрасно еще и тем, что они, в силу дружеских отношений, могут сказать о ваших вещах и вашем деле всю правду. Те, которые совершили одну покупку и больше не

вернулись, не будут вас критиковать в лицо. Покритикуют – на стороне, а с вами больше не станут иметь дел.

А постоянные легко попросят что-то переделать, пожалуются, что в этом месте им жмет, а в том – длинновато, посоветуют заказать красивые бирки – ведь подарок с авторской биркой воспринимается с бóльшим пиететом.

Такая информация необходима как глоток воды в пустыне, на основе критики растет качество ваших изделий, растет качество обслуживания. Вы больше не ошибетесь в том месте, на которое вам указали, а значит, у вас появится больше довольных постоянных клиентов.

Общаясь с клиентом длительное время, можно проследить судьбу вашего изделия – каким оно стало через год, через два года использования – и оценить, действительно ли качественными были купленные вами материалы, не потемнела ли фурнитура, не поменялся ли от стирки цвет шерсти, не осыпалась ли краска. На основе этих наблюдений вы можете изменить весь процесс создания вещи, учесть нюансы, найти более качественные материалы.

Как вы видите, постоянный клиент ценен вдвойне! И в качестве источника дохода, и в качестве источника ценной информации.

Постоянный клиент оберегает вас и от лишней нервозности. Вы знаете его характер, его каприз не станет сюрпризом. А вот капризы нового клиента, еще незнакомые, иногда выводят из себя.

Автор – как ребенок, хочет, чтобы его работы принимали безусловно. Постоянному клиенту он рад пойти навстречу, но когда новый клиент начинает диктовать свои условия, обычно автору это приходится не по вкусу. Он оказывается в ситуации, к которой не привык, он должен реагировать, покой его нарушен. С другой стороны, новые и неприятные ситуации многому нас учат, и в следующий раз мы будем знать, как действовать.

Старые клиенты берегут наш покой.

Тот факт, что этого клиента уже не нужно завоевывать, некоторых расслабляет – автор может опоздать на встречу, в беседе поучать клиента или всучить ему залежалый и не пользующийся спросом продукт. Зарвавшийся автор считает, что постоянный клиент «все съест», но такое отношение разочаровывает. И курица, которая несла золотые яйца многие годы, легко вас покинет. Ведь клиент не получил того, зачем пришел, – положительных эмоций.

Обращайтесь с клиентом так, как хотели бы, чтобы обращались с вами.

Часть VI

Организация времени

Глава 1

Тайм-менеджмент для хендмейкера

Государство – это я.

Людовик XIV

По правде говоря, я ужасная соня и даже затрудняюсь ответить, что мне больше нравится – сон или творчество. Поэтому мое утро начинается поздно, с зова внутреннего начальника.

Я завтракаю и сажусь за компьютер – менеджер внутри меня проверяет письма, отвечает на комментарии, выкладывает в интернет новые работы.

Если мне на карточку от клиента поступили деньги, я, как бухгалтер, заношу указанную сумму в статью доходов. Ну и в случае если сегодня по интернету устроила шопинг и купила необходимые для моего творчества материалы (менеджер по закупкам), вношу запись в статью расходов.

Внутри меня целый штат работников – я мастер по изготовлению творческого продукта, сама занимаюсь своей рекламой, мониторю рынок, разрабатываю стратегию ведения бизнеса и внедряю новые технологии.

Я также «наниматель» – муж фотографирует мои изделия и занимается разработкой сайта. Встречаюсь с клиентами и заключаю сделки тоже я, я же веду статистику, какой мой творческий продукт больше популярен, какой меньше.

Я за **индивидуальный** творческий бизнес. Если вы открываете дизайн-студию, мастерскую, ателье по пошиву одежды и т. д. – с открытием такого предприятия часто заканчивается творчество и начинается организационная деятельность.

Статистика говорит, что 90 процентов таких проектов прогорают в течение первого года. Руководитель (вы) оказывается не готов

к объему нетворческой работы – административной и бухгалтерской. Начинается нервозность, и об удовольствии от процесса не может быть и речи.

С другой стороны, иногда бизнес так прет, что автор не может собственноручно обслужить вал клиентов. Предстоит тяжелый выбор. Или берутся помощники. Или на творческий продукт повышаются цены.

Есть такие понятия – эффективность, результативность, продуктивность.

Творческий бизнес тем и привлекателен, что за два часа можно заработать столько же, сколько менеджер получит за день, или за два дня, или за неделю работы... Если прибавить время, которое «менеджер обыкновенный» ежедневно проводит в дороге, то его жизнь кажется совсем неэффективной.

На свое дело я трачу два часа в день, редко когда больше. В понедельник час идет на выкладку новых работ в интернет и ответы на комментарии и час – на онлайн-заказ материалов. Во вторник – выкладка на другой интернет-портал, договоренности о встречах, повтор какой-то моей работы. Среда – пара часов на новые бусики. В четверг два часа я провожу в кафе на встречах. В пятницу создаю еще одни новые бусики и фотографирую.

Не могу даже назвать эти два часа в день работой, ведь все, что я делаю, мне очень нравится! Нравится фотографироваться и трепаться с девчонками, пусть даже в комментариях, нравится покупать бусины и фурнитуру, нравится бывать в кафе, где можно съесть пирожное и опять же – поболтать с приятными людьми. И конечно, обожаю придумывать бусы!

Многие авторы не могут найти в своем графике даже пары свободных часов в день. Им мешают дети, сериалы, переписка с друзьями или игры на mail.ru и куча других важных причин: нужно купить продукты и погулять с собакой, сходить в фитнес-клуб и убрать в квартире, стирать и готовить три раза в день... Но ведь и я

все это делаю, и у меня есть ребенок, и у многих других авторов, но это не становится причиной неуспеха.

Продумайте свой день – на что вы тратите время – и организуйте его правильно. Это как с диетой. Настоящий диетолог сначала попросит записывать недельку-другую, что вы едите. Так и вы можете понаблюдать за собой. А потом понемножку освобождать свой день от «похитителей времени».

Если ваше дело действительно вам интересно, действительно вам нравится, вы найдете на него время! Ежели нет – может, не настолько оно вам и важно?

Настоящие лентяи, как я, ценят свое время и правильно его организуют.

Кучу дел можно переложить на чужие плечи, это не секрет. Начните приучать домочадцев помогать вам. По вечерам пусть муж заезжает в магазин и пополняет запасы в холодильнике, а также загружает грязной посудой посудомойку (современная техника существенно экономит время). Пусть подросший сын или дочь раз в неделю моют плиту или пол в квартире.

Советую переложить на других именно нелюбимые вами дела – так сэкономите не только силы, но и хорошее настроение. Для вас мойка ванны может казаться катастрофой, а для вашего мужа – парой пустяков.

Хороший вариант – нанять домработницу, ведь ее услуги (примерно 30 долларов за уборку квартиры) обойдутся вам в полчаса любимой работы. А делая уборку сами, потеряете целый день!

«А как же маленькие дети?» – спросит ответственная мамаша. На то нам и мозги, чтобы мы могли подумать и решить непростые задачи.

Мне нравится пример, как поступают родители в Новой Зеландии. Им важно чувствовать себя не только родителями, но и супружеской парой, поэтому они объединяются с друзьями и соседями и назначают очередность.

Каждые выходные какая-то из семей собирает всех детей друзей и соседей в своем доме. На два дня их дом превращается в маленький детский сад. В следующие выходные вахту несет другая семья. Зато у всех остальных пар наступает романтическое время. И продолжается несколько выходных подряд.

За словами «эффективный день» стоит эффективная жизнь. Сколько пользы и красоты вы можете принести в мир! Или потратить это время на сериалы и мытье посуды. Каким тогда скучным будет итог...

Чем более эффективно вы будете использовать свое время, тем более плодотворной будет ваша работа. На свое дело я трачу мало времени, свободных часов остается много – поэтому в мою незанятую голову постоянно приходят разные идеи, которые могут воплотиться в новых творениях.

Каждую неделю появляется пара новых бусиков – у свободного человека больше времени помечтать, «полетать в облаках», посмотреть по сторонам и заметить красоту, больше времени быть во власти вдохновения, а не проблем.

Конечно, если человек обременен ипотекой, платит за аренду квартиры, за лечение родственников, то ему требуется больше денег, чтобы покрыть свои расходы. Соответственно, творческого продукта он должен создавать больше и тратить на это больше времени. И мотивация достичь успеха у такого автора гораздо сильнее.

Больше творческого продукта = больше купят = больше дохода

Когда видишь активного автора, который выдает в неделю по новому продукту, поневоле закрадывается мысль: раз он так активно «это» создает, значит покупают, на «это» есть спрос.

Люди – коллективные создания, они доверяют мнению большинства: раз другим так нравится, значит в «этом» что-то есть

и «оно» достойно такой цены.

Поэтому ваша продуктивность как автора играет вам на руку вдвойне. И денег больше, и новых покупателей.

Кто знает дизайнера Наталью Костикову, не удивится, что рассказать о ней я решила именно в этой главе.

Мое знакомство с Натальей началось с ее статьи о планировании в творческом бизнесе. Впервые я встретила автора, который вдумчиво относится к развитию своего дела! Встретила настоящую бизнес-леди.

В интернет-магазине Костиковой передо мной предстала вереница зайцев в платицах и камзольчиках – симпатичных до умиления. Мой наметанный взгляд уловил не только прекрасное шитье и качественные фото. Хозяйка магазина придумала баннер и логотип с зайчишной символикой, на каждой игрушке – вшитая этикетка с фамилией автора, прилагался упаковочный мешок из органзы или бумажный пакет с логотипом, куда вкладывались календарики, открытки и визитки. В сентябре уже покупателям предлагались рождественские зайцы. Все было продумано до мелочей!

И вот я уже захлеб читаю журнал Костиковой на blogspot.com.

В одной из книжек по маркетингу читала, что для больших компаний имиджевая реклама – выброшенные на ветер деньги. Ведь если, к примеру, винодельческий бизнес поддерживает не реклама продукта (вина), а реклама личности владельца, то после смерти винодела фирму может ожидать крах.

Пока что о передаче по наследству нашего хендмейд-бизнеса думать рано, и имиджевая реклама нам, авторам, очень на руку.

У блога Наталья Костиковой обширная аудитория! Его просматривают и те, кто любит игрушки, и те, кому нравится следить за забавной кошкой-сфинксом, чьи фотографии появляются наравне с картинками тряпичных зайцев. Блог Костиковой читают и те, кому интересно развитие игрушечного дела, отчеты о своем бизнесе Наталья публикует каждый год, а статьи – почти каждый месяц.

Другие хендмейкеры находят блог Костиковой по ссылкам на ее мастер-классы.

Не секрет, что значительной частью нашей клиентуры являются другие мастерицы – они быстрее нас находят, ведь вращаются в той же среде, им легче поверить другому мастеру, поскольку они заняты тем же: создают и продают через интернет, им проще что-то заказать себе, ведь они знают всю «процедуру».

Зарождение игрушечного дела Натальи Костиковой совпало с периодом застоя в другом бизнесе. Наталья по специальности дизайнер интерьеров и десять лет возглавляла дизайнерскую студию во Владивостоке, где была достаточно известным человеком. Журналы о дизайне и интерьере выстраивались в очередь, чтобы осветить ее новый проект. Поэтому сравнивая те доходы и сегодняшние (около 3 тысяч долларов в месяц), Наталья скептически озвучивает эту сумму, хотя для многих авторов такие деньги – предел мечтаний. Костикова же уверена, что у нее будет все, чего бы она ни захотела.

С началом кризиса спрос на оформление интерьеров во Владивостоке резко упал, и Наталья решила попробовать продавать своих зайцев. А история с зайцами началась с куклы, которую она сшила в дополнение к интерьеру. Процесс шитья так понравился, что захотелось сшить еще одну куклу, потом сшить лучше, потом в подарок друзьям... А потом захотелось развить хобби в дело. Была куплена хорошая швейная машинка, муж подарил полупрофессиональный фотоаппарат.

С течением времени игрушка, которая поначалу шилась две недели, уже создавалась за два часа. Заказов стало так много (Наташа работает и с индивидуальными заказчиками, и с оптовыми – магазинами подарков), что она всерьез задумалась о планировании своего времени и взяла помощника. Сейчас под маркой «Костикова handmade» в месяц выпускается сорок игрушек.

Наталья совершенно не скрывает правил своей продуктивной работы:

- она работает по методу Яны Франк: промежутками по сорок пять минут, делая обязательный пятнадцатиминутный перерыв;
- ведет список будущих покупок, куда вносит все необходимое – от цвета ниток до размеров ткани и количества пуговиц, – и в магазинах строго придерживается списка;
- если выходит из дома, то совершает сразу же множество дел: встреча с клиентами и полиграфистами, банки, отправка посылок, покупка материалов и посиделки с подругами в кафе;
- делает заготовки оптом, будь то заячьи уши или этикетки;
- распечатывает заполненные почтовые бланки на компьютере (а не заполняет на почте);
- ведет список дел, распределяя их на мелкие и важные.

И говорит, что правила эти придумываются от лени, чтобы упростить свою жизнь, избавиться от суеты и выиграть драгоценное время для себя любимой. Каждый месяц в этом списке появляется новое правило, а с ним и новая возможность стать более свободной!

Наталья создала все условия для совершения у нее легкой покупки. Она принимает оплату любым способом, даже Яндекс-деньгами или наложенным платежом. Покупателю удобно рассчитываться с ней.

Наталья постоянно учится, с появлением нового фотоаппарата она прошла курс фотографии, позже училась лепке из пластики, чтобы создавать для своих игрушек подходящие пуговицы. И эксклюзивные пуговицы стали еще одной ее «фишкой». Чтение литературы по маркетингу, ведению бизнеса – обычное для нее дело. Наталья все время ищет новые пути развития, пробует участвовать в выставках, писать статьи и выставлять работы в разных интернет-журналах и проектах, анализирует результаты. Ведь аудитория на разных порталах разная, выставки проходят с полярными результатами.

На первой выставке во Владивостоке Наталью ждал настоящий фурор, игрушки просто сметали, ей приходилось шить по ночам,

чтобы оправдать интерес публики. И в блоге Костиковой появился вывод: выставки – это очень выгодно!

Переехав в Хабаровск и основательно подготовившись к рождественской выставке, Наталья столкнулась с совершенно иными покупателями, платежеспособность которых не превышала тысячи рублей. И в блоге появилась запись: результат выставки сложно предугадать.

Благодаря статьям и мастер-классам аудитория блога Костиковой постоянно растет. Множество творческих людей вдохновляются выработанным ею тайм-менеджментом, умением управлять своим временем, спрашивают совета, и Костикова решила вести семинары.

Наташа шьет игрушки, пишет статьи, ведет семинары по развитию игрушечного дела, а недавно удивила публику тем, что выпустила на дисках мастер-класс по пошиву игрушек. В магазине Костиковой появился еще один творческий продукт – мастер-класс, который расходуется бешеным тиражом.

Мамы маленьких детей, конечно, обвинят и меня, и Костикову в том, что любой тайм-менеджмент годится для бездетных. Как можно построить график работы, когда тебя вечно отвлекают, когда с детьми нужно и погулять, и покормить их, и спать уложить? Нельзя же игнорировать ребенка, который хочет, чтобы с ним поиграли? А если их несколько?

Не спору, если у вас нет помощников (почему бы их не найти, кстати?), имея маленьких детей, трудно осилить большой объем работы. Исходите из своих возможностей, подумайте. Не нужно детьми и заботами прикрывать свое бездействие.

Если человеку чего-то хочется по-настоящему, этой мотивации ему достаточно, чтобы придумать свой вариант работы. И ориентироваться, конечно, нужно не на темп работы Костиковой и ее доходы, а найти свою версию хендмейд-бизнеса.

Наравне с вами множество творческих людей работают в офисе по восемь часов, дорога из дома – на работу – домой занимает у них часа два как минимум, вечером, после того как покормят мужа

и детей, они умудряются-таки уделять время любимому делу – творчеству. И несмотря на эти трудности многие вполне успешны.

Неужели вы думаете, вам тяжелее, чем им?

Когда моему сыну исполнился годик, я работала на полставки юристом, вечером ездила учиться в университет и захлеб писала свой первый роман. Начала его писать, когда сыну было две недели от роду, и писала во время его сна. Кто-то упрекнет меня, но быть женой, мамой, студенткой и юристом, пусть и одновременно, мне было скучновато. Хотелось творить. Поэтому я легко нашла для этого время.

Все мамочки малышей знают, что одну работу можно делать во время сна ребенка, а другую – в его присутствии. Кто-то лепит бусины вместе с ребенком, а кто-то вяжет, гуляя с коляской. А дела из разряда «помыть-приготовить-постирать» следует упростить.

Умные лентяи так и поступают, они организованны внутренне и организуют окружающее пространство под себя. Не будьте глупой курицей! Такие суетятся, создают вокруг еще больше хаоса, устают, ноют и возмущаются. Остановите свой хаотичный бег, подумайте.

Подумайте о том, как бы вы хотели изменить свою жизнь. Не в глобальном плане: чтобы дети выросли и наконец можно заняться любимым делом. Скорее всего, когда они вырастут, вы уже им не займетесь.

Подумайте о мелком шажке (помните историю про «детские шажки?»), о конкретном деле, ситуации, которую вы хотели бы изменить, упорядочить. И упростите эту мелкую ситуацию. Потом подумайте про другую и упростите ее. Так, шаг за шагом, вы наведете в своей жизни порядок, освободите время. Не пугайте себя глобальными изменениями и невозможностью их. Просто сделайте шажок...

Например, заведите ежедневник. Можно и не заводить (кого-то пугает этот том), просто писать список дел на листке или в телефоне. А сделанное вычеркивать.

Когда у меня дел много, такая привычка здорово помогает! На свою память положиться не могу – забываю и с кем в ближайший четверг встречаюсь, и какие бусики должна сделать и привезти, а какие отправить по почте, и какие деньги из банка забрать. Потому что когда просыпаюсь, мой мозг словно прочистили, он свеж и ясен. Мозг не забит перечнем дел, который остался на листке.

Всем того же желаю – не напрягаться по пустякам, не нервничать в последнюю минуту, а просто записать и держать список дел под рукой.

Лично мне, чтобы что-то проанализировать, нужно это написать. Потому, наверное, и родилась эта книга. А вот если невыполненные дела кочуют из списка в список, стоит задуматься, стоит ли их вообще делать.

Ведь, судя по всему, вам этого совсем не хочется. А если делать их просто необходимо, надо ли заниматься этим самой? Нельзя ли переложить на другие плечи?

Всегда стоит прислушиваться к себе, чтобы избавить свою жизнь от дискомфорта, связанного с нелюбимыми и зачастую пустыми делами.

Те же родительские собрания в школе или детском саду. Действительно ли необходимо их посещать? Тратить часы на выслушивание чепухи? Ведь требуемые (обычно) деньги можно сдать на следующий день. Можно не избираться в родительский комитет. Можно попросить мужа проверять у ребенка математику. Можно – многое!

Для начала – просто напишите перечень нелюбимых дел. А теперь подумайте. Вся моя книга посвящена одному этому слову – «подумайте». Так вот, подумайте, стоит ли вообще это делать. Если не стоит оно того, вычеркните из своей жизни раз и навсегда, освободитесь!

Недавно я исключила из своей жизни одно из таких «депрессивных» дел. Раньше клиентки часто отдавали мне старые

камни или купленный в Эмиратах жемчуг на переделку. И эти нити лежали мертвым грузом в моем доме и на моей совести. Месяцами.

Мне по душе покупать материал самой, придумывать дизайн, не обращенный к конкретному лицу. Все эти месяцы я тяготилась чувством вины (ведь человек ждет) и долга (ведь все равно придется когда-нибудь за это взяться). Но приняв решение больше никогда не соглашаться на переделку, никогда не принимать чужой материал, быстро покончила с «депрессивным» делом и обрела долгожданную свободу от собственных обещаний.

Я придумала себе новое правило, и жизнь стала легче.

Если дело все-таки делать нужно, подумайте, кто бы это мог сделать вместо вас. Муж, дети, мама, папа, свекровь, подруга, нанятый помощник? Только сразу не отбрасывайте кандидатуры нерадивых родственников. Из разряда: может, но не захочет. Просто напишите имена.

Написали, а теперь еще подумайте, как предложить и преподнести это дело так, чтобы тот человек стал его делать и не счел слишком затруднительным для себя.

Для всего есть нужный момент и нужные слова. В детстве в глазах моей мамы мы с братом выглядели разгильдяями, не реагировали на ее просьбы, например убрать в детской. Вот как это происходило. Обычно мама приходила со своей просьбой в самый неудачный момент: мы или увлеченно играли, или были заняты другим интересным делом. Какой ребенок сразу переключится с интересного и важного на какую-то уборку? Мы отвечали: хорошо, и продолжали играть. Через десять минут мама заходила с той же просьбой, но уже с нервными интонациями в голосе. После этих интонаций нам вообще переставала нравиться идея с уборкой, потому что вроде бы на словах это была просьба, а по сути нас заставляли. В третий раз мама приходила уже с пылесосом в руках и, сжав губы, намеренно начинала на наших разгильдяйских глазах уборку. В самый разгар нашей захватывающей игры.

Если вам важно не поссориться с близкими, в очередной раз доказав себе, что они разгильдяи и эгоисты, а добиться выполнения задачи, подумайте. Лично мною замечено, что на просьбу мало кто реагирует, а вот на задание соглашаются. Если сказать ребенку, что у него на этой неделе задание убрать в комнате, и попросить самого назначить день и час – выполнить дело ему будет гораздо легче, поскольку он свободен в выборе. Не вынуждать его, не заставлять испытывать чувство вины, а предложить стать самостоятельным.

Каждый из вас лучше знает своих домочадцев и, уверена, найдет подход, если подумает. Моей маме искать подход не позволяла гордость: уж лучше самой все сделать, чем кого-то просить! Неудивительно, что ей действительно приходилось делать самой все не только за нерадивых детей, но и за мужа, и за всех-всех.

И если хотите, чтобы другие люди вам помогали (дети тоже люди), благодарите их за помощь. Уборка в детской воспринимается родителями как детский долг, обязанность, как забота о чистоте своего места. Но спросите любого ребенка: им замечательно живется и в бардаке, творческом беспорядке, так сказать. И убирает в своей комнате ребенок не для себя, а для вас. Мужчина так же воспринимает покупку продуктов – ему одному столько не надо, он тащит в квартиру «мамонта» для вас, любимой женщины. Как и гвоздик лишний приколачивает. Свекровь сидит с внуком не для себя (ни за что не признается). Действия других людей в вашу пользу должны быть непременно оценены! Не должны восприниматься как само собой разумеющееся. Благодарите, и люди помогут вам с большим удовольствием!

Что касается детей, известно, что русские мамочки самые заботливые на свете. Их опека не знает границ. И требует огромной самоотдачи.

Почему бы не укротить свою чрезмерно заботливую натуру и немножко научить детей самостоятельности?

Пусть ваш сын, пойдя в школу, сам следит за своей формой, пришивает оторванные пуговицы и латает распутившиеся швы. Вы

потратите полчаса времени на обучение, зато обретете десяток и более лет (до его женитьбы) без дерганья по пустякам.

Пусть дети сами покупают школьные принадлежности, самостоятельно добираются до секций и кружков (найдите кружки рядом с домом), готовят себе завтрак.

Чрезмерно заботливых мам обычно греет мысль о своей нужности чаду, о своей незаменимости. И вырастают беспомощные и капризные люди. Люди, которые нуждаются в вас как в обслуге, но не как в матери.

В тайм-менеджменте есть понятие «приоритет». Если вы выбрали приоритетом семью, не нужно примерять на себя роль карьеристки или бизнес-леди, у вас не получится. Наслаждайтесь своим выбором! Заботой о детях, кулинарными изысками, идеальной чистотой в доме, уходом за усталым после работы мужем. Наслаждайтесь ролью истинной женщины!

Те, кому интересно развитие себя как творческой личности, самореализация, заработок, я думаю, меня саму легко научат, как совмещать сразу несколько дел, как быстро управляться с домашними обязанностями, как воспитывать самостоятельных детей.

Будем умны и расчетливы, как француженки! Женестье Антуан Дарьо в своей книге «Элегантность. Азбука хорошего вкуса» пишет, что француженка, покупая в магазине новые вещи, всегда подбирает их к уже имеющимся в гардеробе, в итоге составляя разные образы. И никогда не купит кофточку, выбивающуюся из общего ритма.

К новой вещи придется подбирать юбку, обувь, аксессуары – предстоит суета и лишние траты. Француженка умна и расчетлива даже в мелочах.

Поступайте так же со своими делами, группируйте их. Постарайтесь назначать встречи клиентам на один день и приблизительно в одно время, совершите в этот день все дела, которые можно сделать по пути. Например, встречаясь вечером в четверг со своими клиентками, я успеваю с утра заскочить

в магазин бусин, забежать в банк, пройтись по модным бутикам и т. п., а пока жду в кафе, читаю книгу или заказываю фурнитуру, поскольку у меня с собой айпад.

Наталья Костикова группирует и домашние дела. Например, вместе с ужином готовит завтрак. Пока стоишь у плиты, гораздо проще приготовить два блюда за один раз, чем в течение дня осилить два полноценных подхода к плите, каждый раз отвлекаясь от работы.

Если вы общаетесь с клиентами онлайн, группируйте сообщения. Обычная практика – посылать друг другу множество сообщений с уточнениями. Уточнения могут касаться размеров вещи, номера вашей карточки для перевода денег, места встречи или адреса клиента для отправки посылки. И вот от автора к клиенту несется вереница писем... Зачем? Ведь можно обсудить все детали в одном письме.

На письмо-заказ ответьте одним письмом, в котором обговорите все пункты:

- попросите клиента сделать соответствующие замеры;
- укажите номер карточки для перевода средств и сумму;
- или день, место, точное время встречи, номер своего мобильного телефона;
- для отправления посылки попросите прислать точный адрес с индексом;
- уточните другие детали заказа.

Так вы сэкономите время не только себе, но и клиенту, который, к примеру, переписывается с вами из офиса и ответы на ваши послания могут отвлекать его от работы и раздражать.

Болтовня убивает время. Если ваш компьютер постоянно включен, вы находитесь на связи в ICQ и тому подобных коммуникаторах и, слыша призывный пик, моментально отзываетесь на любое обращенное к вам послание, – да, вы получаете долю необходимого вам внимания, ощущаете себя нужным и интересным людям, но дело-то застревает.

Раньше мой компьютер работал целый день, время от времени я подходила к монитору, читала сообщения, отвечала, возвращалась к бусикам, потом обратно, какой-то разговор вдруг надолго затягивал... не принося в результате ничего, кроме недоделанных дел.

Теперь открываю почту только утром, забывая о ней до вечера, и целый день чувствую себя намного свободнее, ведь я не связана никаким пустым разговором.

Убивающие время не остаются безнаказанными.

Константин Кушнер

Еще я столкнулась с тем, что все, не только клиенты, но и мои домочадцы, считают, что я целыми днями ничего не делаю, поэтому ко мне можно обратиться в любой момент. Мама с папой спокойно могут рассчитывать на мою помощь в оформлении приватизации их квартиры (ведь я целыми днями свободна!), а клиенты – что в любой день примчусь на встречу в Москву. Сын, придя из школы, думает, что я в полном его распоряжении, и он может бесперебойно показывать мне смешные видео из интернета.

Но поскольку мое дело для меня важно, я не только запротестовала внутренне, но и выработала жесткое нет, которое могу сказать любому близкому человеку. А ведь именно им, близким, чаще всего мы не можем отказать: в помощи, хоть и по пустякам, во внимании, в длинных разговорах ни о чем, позволяем нам мешать и отвлекать в любое время.

Чтобы никого не обижать, мое «жесткое нет» преобразовалось в мягкое, но настойчивое ограничение. Пришел сын из школы, включил телевизор – о`кей, с условием, что, когда закончит обедать, телевизор выключается. Время обеда целиком посвящаю сыну и болтовне о школе. Принес айпад поделиться смешным комиксом – о`кей, посмотрю только один. Залез кот на руки, хочется ему ласки –

о`кей, пять минут глажу шкурку. Позвонила мама раньше двенадцати – напоминаю, что я сплю. Заваливают френды по блогу спамом и поздравительными открытками без повода – удаляю из друзей.

Итак, учимся говорить нет. И чтобы не просто об этом рассуждать, а сделать свою жизнь реально легче, берем листок, пишем список: просьб, обращений, ежедневных ситуаций, которые нам мешают. Говорим этим ситуациям и персонажам нет.

Зовем прямо сейчас ребенка и говорим: «Отныне мы смотрим вместе только одну серию „Доктора Хауса“ в день! Мне нужно работать и успевать больше». То есть не отказываем ребенку во внимании и совместных делах совсем, а ограничиваем время на это – у ребенка не убудет, у вас прибудет!

Новости – распространенный похититель времени. Смотрите ли вы их по телевизору, слушаете ли по радио или читаете в интернете... Помню, в юности папа даже назвал меня «недочеловеком» – я не хотела ничего слышать о том, что происходит в мире. И придерживаюсь своей позиции до сих пор.

О чем наши ежедневные новости: о том, что умерла какая-то кинозвезда, что на другом континенте ураган, что в мире кризис, доллар упал-поднялся, политики не могут поделить власть, милиционеры-полицейские в очередной раз сделали что-то плохое, в городе пробки, погода плохая или, наоборот, хорошая.

Изменилась ли от произошедших событий лично ваша жизнь, можете ли вы повлиять на эти события? В 99 процентах – нет. Наоборот, скорее всего, новости повлияют на вас, испортят настроение, возмутят или устршат. С какими чувствами потом вы приметесь за работу, и приметесь ли вообще?

Лично я лучше не буду знать, что происходит плохого в моей стране, и не стану переживать за наших граждан, которых обидели почем зря. Лучше я примусь за дело и сделаю мир чуточку лучше, как это умею, принесу людям радость, поделюсь хорошим с другими.

Любить человечество легче, чем сказать теплое слово матери.

Старинное изречение

А какая польза людям от вашего возмущения и сопереживания? Никакой. Так что выключаем бесполезные «ящики», не кликаем мышкой по новостным объявлениям, а садимся за стол – и творим!

А вообще, если дело не спорится, задумайтесь о мотивации. Есть ли она у вас, мотивация зарабатывать деньги?

В одной книжке прочитала, что лени не существует. За понятием «лень» скрывается несколько очевидных причин. Например, недостаток сил (стресс, плохое самочувствие), когда организм отказывается «хотеть трудиться». Или же страх: не хочется что-то делать, поскольку страшат последствия...

Но самая важная причина лени – отсутствие мотивации. У человека и так все хорошо: супруг прилично зарабатывает, есть квартира, машина, отпуск два раза в год... Зачем что-то предпринимать, лезть из кожи вон? Пусть и дело выбрано, и даже есть возможность заниматься им, швейная машинка куплена, нарисовано 98 эскизов красочных диванных подушек, но... не хватает мотивации.

Моя знакомая начинает задумываться о самореализации именно в те моменты, когда всерьез ссорится с мужем. Тогда перед ней встает страшная картина возможного развода, после которого придется начать работать и искать какой-то источник дохода.

Когда же наступает примирение, все ее планы забываются, как сон, и она снова домохозяйка, и ее призвание – дети и кухня...

Вот если вам недостаточно детей, мужа, кухни, привычного болотца работы...

Маловато будет!

Если вам жизнь не в радость без самовыражения, на достижения потянуло – гордыня без похвалы чахнет, хочется кому-то нос утереть, доказать, что вы лучше, что вы личность, Творец... и остальные, как говорил мой брат, будут загорать в тени вашей славы... то есть если у вас до кучи еще и комплекс неполноценности – вас ждет успех!

Людам самодостаточным ничего от жизни не нужно, у них и так все путем, они всем довольны.

Почитайте описания жизни известных людей, той же Мэрилин Монро, – личностей, которые сделали себя сами.

Им всем была необходима любовь других людей, они не могли ею насытиться. Словно вампиры, постоянно подпитывались чужим восхищением, а то и завистью.

Поэтому если вас в детстве недолюбили, вам прямая дорога в успешные люди! Успехом мы, недолюбленные, компенсируем то, что недополучили в детстве. И заметьте, успешным людям никогда не бывает достаточно успеха, им всегда мало, и такой комплекс позволяет добиваться еще более высоких вершин.

Талант – это неуверенность в себе и мучительное недовольство собой и своими недостатками, чего я никогда не встречала у посредственности.

Фаина Раневская

Самые успешные, активные, работоспособные авторы, чьи заработки превышают 1500 долларов в месяц, обычно недовольны своим нынешним финансовым положением, хотят его улучшить, у них много затрат (например, живут в арендуемой квартире), много желаний.

И я, если чувствую затык в своей работе, отсутствие вдохновения, обычно сажусь писать список желаний.

В списке желаний пишу все: и что хочу второго ребенка, и сумочку от Любви Кургузовой, и этикетки с баннером, и репетиторов по английскому и рисованию для сына – все-все желания.

А потом напротив каждого желания пишу, что мне нужно сделать, чтобы оно осуществилось: поговорить с мужем и сходить к врачу (170 долларов), заработать на сумку 330 долларов, а на логотип и полиграфию 500, для оплаты репетиторов – еще кучу денег в месяц.

И трезво оцениваю, чем займусь в первую очередь, что для меня важнее.

Когда вижу реальные суммы, меня это сильно стимулирует начать что-то делать для исполнения моих желаний.

И конечно же, лакомство для моего вдохновения – похвала людей. В душе я та же хорошая девочка, которая хочет получить пятерку. И благосклонные комментарии, восхищение моими работами, не скрою, для меня наркотик.

Интерес к работе падает, если ее выполнение не подкрепляется постоянным «лакомством».

Анна Дуварова

В самом начале, когда я пробовала выставлять свои бусики в различных блогах, меня сильно мотивировала сама возможность на этом зарабатывать. Будут ли мои украшения востребованы? Станут ли платить за них больше тысячи рублей?

И вот я поняла, что это возможно. Потом год моей мотивацией было выйти на такой уровень, чтобы в случае возможного расставания с мужем смогла бы обеспечить себя и ребенка и мне не пришлось бы возвращаться в офис.

Так как я уже пережила один развод, возможность повторного до сих пор держит меня в тонусе, во всех отношениях.

Через год я достигла нужного уровня и успокоилась. Средняя цена моего украшения достигла 3 тысяч рублей. Теперь мне захотелось стать лучшей, лучшей в своей сфере, и спустя некоторое время и эта вершина была взята. Мне стало не с кем соревноваться.

Это скучновато, надо сказать. Лишиться основного топлива, которое двигало тебя вперед.

Для меня победа в соревновании была высшей мотивацией, я трепетала, видя превосходные творения других мастеров, и сгорала от желания сделать лучше. А сейчас... Сейчас не вижу творений, которые удивили бы меня!

Теперь моя мотивация – любимое занятие и то, что я делаю мир капельку лучше, капельку красивее, а женщин – капельку счастливее. Эта мотивация оказалась самой «долгоиграющей».

Мотивация приносить пользу людям самая беспроектная. Канут в Лету мечты жить в особняке и разъезжать на красном «Феррари» по Ницце, выйти замуж за миллионера или взойти по карьерной лестнице до главного директора.

Желания ума не приносят счастья. Настоящее счастье приносят мечты вашей души.

Часть VII
Дело после дела

Глава 1

Мастер-классы

Кто-то, как я, задумывается о втором ребенке и пишет книгу о развитии хендмейд-бизнеса, кто-то открывает магазин материалов для рукоделия, а кто-то ведет мастер-классы, прибыль от которых часто превышает заработки от собственно хендмейда.

Рано или поздно, но мастера задумываются о передаче своего опыта и навыков людям, о том, что эта информация очень ценна.

Учитель – человек, который может делать трудные вещи легкими.

Ральф Эмерсон

Есть такие виды творчества, в которых трудно достичь быстрой прибыли. Обычно из-за дороговизны материалов или оборудования бывает сложно быстро окупить вложения. Или из-за дешевизны самого продукта, например авторской открытки. Или из-за того, что создание произведения требует много времени.

Но сколько есть желающих научиться этому! Бисероплетению и скрапбукингу, декупажу и лэмпворку. И автор, который ведет уроки, может прекрасно на них зарабатывать.

Еще один плюс – в доверии клиентов. Когда клиент видит автора, который дает уроки, передает мастерство, собирает вокруг себя толпы учеников, клиент поневоле думает, что мастерство этого автора высшей пробы. Работы учителя ценятся выше, у них совсем иной статус.

Такой автор обладает некоей солидностью профессора в своей области, знатока. О тонкостях своего ремесла он осведомлен лучше других. Таким видят «гуру» клиенты и с особым трепетом ждут от него шедевров.

И шедевры должны появиться, даже если раньше не случались. Учительство – такое дело, что поневоле учишься сам, пытаешься научить чему-то других.

Продумывая курс, мастер читает специальную литературу и пробует новые методы, чтобы не ударить в грязь лицом, все время совершенствуется. Даже во время написания этой книги я очень многому сама научилась.

Героиней этой главы стала Татьяна Кононова, больше известная под псевдонимом Tanya Flower. Татьяна занимается скрапбукингом (открытки и альбомы ручной работы), и за ее плечами уже множество побед на российских и зарубежных конкурсах, ее работы дарят эстрадным певцам и известным актерам.

По профессии Татьяна – программист, она окончила технический вуз и несколько лет работала по специальности, но все эти годы ей хотелось чего-то большего.

Только чего? В поисках себя Татьяна решила совместить программирование и более творческое направление – веб-дизайн и получила второе образование.

Выбранная на этот раз специальность принесла только разочарование, поскольку в нашей стране легче купить шаблонный сайт, чем заплатить за авторский и оригинальный. Услуги Татьяны оказались невостребованными.

Ее всегда привлекали цветы, и Татьяна решила поучиться на флориста, но, зарывшись в интернете в поисках курсов, открыла для себя уйму возможностей.

Ей нравилось все: и мыловарение, и украшения, и декупаж, и игрушки... Это была ее стихия – ручная работа. Но попробовав скрапбукинг, Татьяна по-настоящему влюбилась. Все вечера она проводила за картоном и бумагой.

Вскоре в судьбе Татьяны случился неожиданный поворот: в стране начался кризис, и ее сократили на работе. Татьяна оказалась перед выбором.

Устройство на новую работу означало расставание с творчеством, ведь поначалу все силы и время уходили бы на то, чтобы на новом месте войти в курс дела, показать себя профессионалом, заслужить доверие начальства и коллег.

Проститься со скрапбукингом Татьяна уже не могла, и муж поддержал ее – ведь если с драйвом заниматься любимым делом, можно зарабатывать деньги им!

Долгие месяцы Татьяна была в отчаянном минусе. Материалы, особенно инструменты для «скрапа», очень дорогие. Но Татьяна не жалела денег, она обзавелась различными инструментами, это было вложение на годы вперед.

Благодаря новому инструментарию ее работы заискрились фантазией и деталями. Татьяна бралась за любой заказ, будь то открытка, фотоальбом или блокнот для будущей мамы. Последние пользовались особым спросом.

Тем временем клуб скрапбукинга пригласил Татьяну вести курсы.

Татьяна не чувствовала волнения перед большой аудиторией. Когдато на прежней работе ей доводилось обучать персонал больницы работе на компьютере – ее фирма ставила в этой больнице программное обеспечение. Приходилось учить элементарным навыкам капризных старушек, которым компьютерные знания были даром не нужны.

Сейчас же она вела мастер-классы перед заинтересованной публикой.

С течением времени Татьяна задумалась о проведении мастер-классов у себя дома. Она вполне могла самостоятельно организовать и подготовить занятие – не пришлось бы делить доход от мастер-классов с организаторами и отдуваться перед участниками за его недочеты и те форс-мажорные обстоятельства, которые возникают в поездке «за тридевять земель». Теперь Татьяна целиком контролировала ситуацию.

Все инструменты у нее были, она заранее готовила набор материалов и деталей для каждого участника. И в своем блоге

заранее размещала рекламу. Субботним днем Татьяна и ученики оккупировали большую кухню и начинали творить.

Провести мастер-класс – занятие не из простых. Вот как его организует Татьяна.

Вначале она создает объект, будь то альбом, скворечник или кулинарная книга. И засекает время, за которое выполнит всю работу. К этому времени нужно прибавить минимум час, и получается время мастер-класса.

В качестве объекта Татьяна никогда не берет мелочь – например, одну открытку. Если это открытки, то их будет серия: на 8 Марта, Новый год и день рождения.

Выбирая объект, Таня всегда учитывает, что его сможет сделать новичок, особых навыков и опыта для этого не потребуется.

Далее Татьяна просчитывает стоимость материалов, которые пошли на объект.

Чтобы определить цену самого мастер-класса (для одного участника), у Татьяны есть своя формула. Она давным-давно определила для себя, сколько стоит час ее времени. Осталось только умножить эту сумму на количество часов и прибавить стоимость материалов.

При случае она может объяснить цену мастер-класса и ответить на любые вопросы, почему именно столько он стоит.

Объявление о предстоящем МК Татьяна дает в своем блоге. Обычно это фотография объекта и приглашение поучаствовать в мастер-классе в такой-то день и время, обязательно указывается стоимость. А после проведения Татьяна выставляет фотоотчет, это лучшая реклама для следующих мастер-классов.

На свой МК Таня набирает максимум шесть человек. Столько помещается на ее кухне. Даже если проводить мастер-класс в другом месте, больше шести человек – это уже тяжело, исчезает атмосфера камерности и уюта, возникает ненужная суета.

Обязательно предусматривается перерыв на чай или кофе, особенно если МК идет несколько часов.

Подготовка же к МК начинается у Татьяны за день: каждого участника нужно обеспечить пакетом материалов, уже полностью готовых к использованию.

Идея с индивидуальной «порцией» материалов возникла у Татьяны еще на клубных МК. На таких мастер-классах обычно никому нет дела до комфорта участников, материалы свалены в общую кучу, и начинается... Каждый хочет урвать себе кусок посимпатичнее, тканюшку получше, все роются в этой куче, захватывая все, что попадет. В результате самому скромному участнику достаются самые неинтересные материалы, а ведь он за МК заплатил столько же, сколько и другие. В душе у такого участника остается неприятный осадок.

Татьяна же заранее заботится о комфорте своих учеников, чтобы каждому достался индивидуальный пакет, материалы в каждом пакете были одинаковые, каждый пользуется индивидуальным набором инструментов.

И вот в субботу раздается звонок в дверь, приходит первый участник. Кто-то может прийти раньше, а кто-то – опоздать, по времени мастер-класса все учтено. Пока не подтянулись остальные, Татьяна предлагает гостю располагаться и спрашивает, не хотел бы он что-то узнать про скрапбукинг или о том, где достать материалы. Тема для разговора находится легко, совершенно не нужно что-то придумывать, как-то развлекать гостей. Даже самый скромный участник, видя, что другие задают вопросы, осмеливается что-то спросить.

По завершении мастер-класса кто-то, закончив работу, уходит раньше, а другой, доделав, остается посидеть-послушать, вдруг еще что-нибудь интересное расскажут, а третий никак не может закончить.

Каждую работу помещают в крафт-пакет, участнику очень приятно, что Татьяна позаботилась о достойной упаковке для его работы и он может с удобством довести ее до дома.

А когда гости разойдутся, нужно все прибрать, привести помещение в изначальный вид. И конечно, нужно время, чтобы прийти в себя. Хотя с каждым проведенным мастер-классом готовиться к ним все легче, легче общаться с публикой, легче организовать процесс. Опыт позволяет нам легче зарабатывать.

Если учитель имеет только любовь к делу, он будет хороший учитель.

Лев Толстой

Если любимое дело пока не приносит вам нужного уровня достатка, вести мастер-классы – хорошая прибавка к зарплате. Фотоотчеты о таких курсах сыграют роль имиджевой рекламы в вашем блоге или на вашем сайте.

Обучение у Татьяны Кононовой пользуется таким успехом, что она стала проводить выездные занятия. Например, для группы домохозяек с маленькими детьми. Покинуть детей надолго они не могут, а приобщиться к красоте – хотят. Вот и организуют мероприятие сами, привлекают своих подруг и соседок.

Недавно Татьяна решила вести и детские мастер-классы. Девочки любят рукодельничать, и на таких уроках они могут создать девичий дневничок или новогоднюю игрушку, рамку для фотографии или открытку маме.

Даже в организации мастер-классов Татьяна креативна, творчески подходит к делу и постоянно пробует новое. И неудивительно, что при такой заботе об участниках у Татьяны множество постоянных клиентов – они приходят на ее МК снова и снова. Чего я и всем вам желаю!

Если же ваша квартира неподходящее место для проведения МК, вы можете арендовать помещение в городе. Скорее всего, это помещение понадобится вам в дневное время по выходным, поэтому не будет стоить заоблачных денег. Поспрашивайте друзей,

может, кто-то из знакомых арендует помещение на будние дни, а в выходные оно простаивает.

Вы можете объединиться с авторами, работающими с совершенно другим творческим продуктом, и создать настоящую творческую мастерскую, где будут проводиться различные мастер-классы: и по валянию, и по декупажу, и по пошиву игрушек, мастер-классы чего угодно!

Только всегда нужно учитывать, что выходные (а именно по выходным люди привыкли посещать различные МК) – время, которое ваши близкие рассчитывают проводить вместе с вами. Поэтому подойдите к делу с умом.

Часть VIII

Собственная марка

Глава 1

Детскими шажками

Большинство хендмейкеров о создании собственной марки даже не задумываются. Их устраивает существующее положение вещей – быть в своем деле пусть негромким, но именем, а создание бренда пугает морем проблем: мастерская, коллектив помощников, роль начальника, ИП, налоги, поточное производство, участие в показах, выход марки на международный уровень...

На самом деле подобный рост возможен только в одном случае: вы не успеваете обслуживать вал клиентов. На вашу продукцию такоооооой спрос, что просто ничего другого не остается – только создать марку.

Когда я только начала вести блог и немного в интернет-пространстве освоилась, стала там «путешествовать» и смотреть на рукотворные чудеса. Одним из таких чудес был сайт Любови Кургузовой. На ее сумки с аппликациями котов я просто облизывалась! Но в то время они были мне не по карману, и вот год за годом я наблюдала за развитием марки Kurguzova, потом мы с Любой подружились в ЖЖ, и конечно же, для иллюстрации этой главы у меня не было другой героини.

С детства Любе нравилось рисовать, нравились графические эффекты от нажатия карандаша на бумагу, яркие линии фломастера, смешения красок... Поэтому с семи лет она пошла в кружок рисования, дальше – больше: художественная школа, Художественное училище имени Рериха, Художественная академия имени Репина.

Несмотря на то что вокруг многие говорили, что художник от слова «худо» и что на хлеб с маслом с таким образованием точно не хватит, родители Любу поддерживали. Для поступления в вуз оплачивали репетитора, хотя для семьи бухгалтера и инженера НИИ

это было сложно и денег не хватало. Экономии на чем могли, и за эту поддержку Люба своей семье очень благодарна.

Когда Люба поступила и оказалась в среде художников, она очень быстро поняла, что вокруг уйма поразительных талантов и что она далеко не великий художник. Что есть люди, которые владеют мастерством портретной или монументальной живописи гораздо лучше нее. Сей факт Любу почему-то совершенно не расстроил. А даже обрадовал – можно было с чистой совестью доверить это «великое» дело другим, а самой просто искать себя...

Люба устроилась работать художником в частную фирму и занималась военной миниатюрой. Она чувствовала, что все еще впереди, что надо искать, и искала. Рисовала коллажи, шила одежду и сумки – самые простые, из холстины и шерсти, занималась совершенно разными и по большому счету незначительными вещами, но все эти занятия создавали атмосферу, в которой она могла дышать.

Все это происходило одновременно: учеба в академии, рисование военных миниатюр для фирмы и эксперименты в поисках себя.

После холстины и шерсти возникло желание поработать с кожей, волшебным и теплым материалом, изделия из которого всегда вызывали у Любы уважение к мастеру. Но вокруг все уверяли, что шить из кожи очень сложно, а в домашних условиях – невозможно. Любу это ничуть не испугало, она мечтала раздобыть кусок кожи и что-нибудь с ним сделать.

Магазинов с кожей в те времена не было и она и пошла самым простым путем – купила в секонд-хенде несусветного размера юбку из черной замши, выбирая фасон так, чтобы полотнища кожи были как можно больше. Это и было первым счастьем – первую свою кожаную сумку Люба сшила из старой юбки, купленной за 360 рублей!

Подруга по академии, видя уже сшитые Любой тканевые сумки, попросила сшить сумочку и ей. Так она получила первый в жизни заказ! На тот момент, конечно, никаких аппликаций и изысков не

было – вышла обычная сумка с клапаном. Но Люба занималась этим заказом дни напролет. И после счастливых часов трудового бдения и моря удовольствия было даже стыдно брать с заказчицы-подруги деньги, но та все-таки настояла и дала за сумку 700 рублей.

Первая удача Любу вдохновила, и она стала шить и себе, и близким, и подругам – просто за себестоимость материалов. В то время она не знала, где найти поставщиков качественной кожи, в этом материале совершенно не разбиралась и потому тратила бешеные деньги, покупая кожу в розницу – сущий грабеж, учитывая средненькое качество того товара.

Тогда Люба относилась к своему занятию как к хобби, и никакого дохода оно не приносило. Наоборот – на него тратилась уйма денег и времени. Люба только-только вышла замуж, но муж, молодой специалист, зарабатывал немного. Денег не хватало. Люба хорошо помнит тот момент, когда она села, чтобы обдумать сложившуюся ситуацию. И решение было таким: «Даже если я никогда не заработаю этим ни копейки, я все равно буду этим заниматься! Потому что нравится».

Люба утешила себя тем, что девушка она рукастая и что-нибудь придумает, сумеет как-нибудь заработать. И продолжала шить для себя и подруг. В какой-то момент набралось несколько придуманных ею моделей, которыми хотелось похвастаться, тут и началась новая история...

Ее знакомый имел блог в ЖЖ, а Люба не относилась к этому всерьез, пока тот не спросил, почему она не выставляет свои сумки в блоге. Завела бы дневник и писала там о своем увлечении – это было бы интересно. Люба задумалась. И теперь считает, что именно с этого момента начался путь к развитию своего бренда. Потому что пока человек сидит дома и делает что-то «в стол», о нем никогда никто не узнает. Нужно выставляться, показывать людям свое творчество, делиться. Социальными сетями не брезгают даже самые крупные фирмы и знаменитые дизайнеры, они обязательно пиарят

себя в сетях. Это занимает минимум времени, не требует затрат и приносит доход. Просто золотое дно!

Блог в ЖЖ почти сразу принес Любе первые заказы из других городов и стран. Их было немного, один-два заказа в неделю, и сумки тогда стоили около четырех тысяч, но этого полностью хватало на хорошие расходные материалы и даже что-то оставалось «на мороженое».

Люба решила после окончания вуза уйти с работы, создать свой сайт – то есть полностью посвятить себя созданию сумок. Так все и произошло, почти сразу: Люба защитила диплом, навсегда покинула студию военных миниатюр и запустила сайт. Это было просто сказкой – получить то, что хотела! Все и сразу! Главное – хорошо желать!

Вышло так, что в течение обучения в академии, то есть с 20 до 26 лет, Люба полностью сформировала свое видение будущей профессии. Она искала и нашла. И пусть пока это не было бизнесом, это было хобби, которое окупалось и приносило удовольствие, но Люба четко осознала, что нашла себя в дизайне кожаных сумок и хочет заниматься только этим. Сумка – ее чистый холст, который можно украсить по своему желанию. Цвета и фактуры кожи – ее краски, которые можно смешивать, которыми можно рисовать. Рисовать свою собственную картину.

После «Шахерезады», первой сумки с аппликацией, Люба обнаружила, что перед ней открылся целый мир, что все ее фантазии можно воплотить в забавные аппликации. Так появились мультяшные герои, несерьезные сюжеты, кот с цветком или на диване, читающий «Былое и думы», собаки в цилиндрах... Герои девичьих сказок.

Так прошел год. Люба шила сумки дома, у нее появилась профессиональная машинка по коже Pfaff, конечно, б/у – но просто зверь, а не техника! До сих пор стоит на производстве. Она досталась Любе совершенно случайно, буквально за копейки.

За этот год клиентов стало столько, что Люба перестала справляться с заказами. Работая практически сутками, не успевала. Отшивать больше трех сумок в неделю она просто физически не могла. Так назрел вопрос о помощниках и мастерской. Это был самый страшный шаг: аренда, бухгалтерия, налоги, покупка оборудования, зарплата людям, обеспечение их работой – а заказы случались наплывами... Вся эта гора вопросов не давала Любе покоя, она не могла окончательно решить: надо оно ей или нет. В мучительных раздумьях прошло два месяца, три...

Но судьба очень благосклонна и в нужный момент посылает нам удачные обстоятельства. Однажды от папы Люба узнала, что его друг-обувщик, который шил обувь пятнадцать лет, решил закрыть свой бизнес и податься в строительство – при этом что делать с мастерской и старым оборудованием, он не знал. После недолгих переговоров он предложил Любе взять всю мастерскую: три машинки, пять пробойников, два стола, стулья и чайник. За аренду помещения нужно было платить 500 долларов в месяц.

И Люба решилась. Ну, рискнет она пятью сотнями долларов – если что-то не получится, съедет обратно домой и заживет прежней жизнью.

Так организовалась мастерская. Сначала работали две помощницы, потом пять, потом семь... На старте бизнеса конечная цель кажется заоблачной, а наивные планы по завоеванию мира – просто смешными, но когда четко смотришь себе под ноги – обнаруживаешь первую ступень, и твоих теперешних сил и возможностей вполне хватает, чтобы вскарабкаться на нее, потом появляется вторая ступенька, преодолеваешь и ее, потом проступает третья... Не надо озадачиваться сразу всеми проблемами, решайте их постепенно, по мере появления.

С наймом сотрудников и арендой пришли новые расходы, Люба оформилась как ИП через юридическую фирму, заплатив немногим больше 100 долларов, хотя впоследствии поняла, что справилась бы с этим и сама. Имея собственную мастерскую, она тем не менее не

ощущала себя человеком бизнеса, не знала, как вести дело. Да и сейчас хорошим менеджером себя не считает.

Своим главным маркетинговым ходом Кургузова считает свой дизайн. Образование дало Любе хороший вкус, чувство гармонии и ритма, композиции. Необычные, яркие, выполненные из отличных материалов – такие сумки нравятся многим! И потому девушка, купившая сумку пару лет назад, относившая ее эти годы с удовольствием, возвращается – это самый верный маркетинговый ход! Возвращается, потому что сумка отличного качества, ручки не оторвались, кожа не полиняла, подкладка не пошла по швам... Вот и все уловки – шить красиво, но и качественно, болея за свое дело.

Нельзя экономить на качестве материалов и качестве оборудования. Можно взять оборудование б/у, но хорошо зарекомендовавших себя фирм, поскольку оно останется у вас надолго, это задел на будущее. А вот на внешнем виде мастерской, на мебели можно и сэкономить. Например, арендовать помещение на промышленных объектах, там самая низкая арендная плата. Чаще всего это бывшие советские заводы, которые не работают и стоят пустуют, их цеха сдают в аренду. Там всегда есть и маленькие офисные помещения, и большие. Внешне они неприглядны и поэтому дешевы.

Можно сэкономить и на мебели. Крупные компании частенько обновляют свои интерьеры, а утилизировать старую мебель проблематично – фирмы отдают их за самовывоз или продают за копейки.

Тем временем в блоге Любы создалась целая группа френдов – творческих людей и настоящих друзей, к которым в любое время можно обратиться за советом. Люба не стеснялась проявить свою некомпетентность и о чем-то спросить – всегда приходила поддержка и реальная помощь. О разработке сайта, о найме швей, обо всем на свете можно спросить в своем блоге и получить от френдов стоящий ответ.

Несмотря на работу сайта, с ЖЖ продолжали приходить клиенты. А однажды заказчицей оказалась подруга редактора журнала Cosmopolitan. Им обеим так понравилась заказанная сумка, что в результате в Cosmo появилась о Любе статья, аж на четырех разворотах! В одном из самых дорогих журналов! Статья такого масштаба стоит около 7 тысяч долларов, а Люба не заплатила ни копейки! Вот и вывод: всегда любой заказ нужно выполнять с душой, и к вам неожиданно придет удача.

Любе всегда был важен ее сайт, за все время существования менялся и его дизайн, и структура, да и впереди куча планов по его усовершенствованию. Но с самого начала Люба ориентировалась не только на русскоязычную публику, мыслила широко – в качестве своей аудитории ей вполне подходил... весь мир! И потому покупатель находит его по ссылке kurguzova.com, никаких приставок «точка ru» он не имеет. И потому с недавних пор у сайта в том числе и английское меню.

Люба говорит, что сайт – это лицо марки, как фасад – лицо дома. Поэтому нужно очень тщательно подойти к вопросу выбора программиста и веб-дизайнера. Не обязательно тратить много денег – это могут быть молодые ребята, которые хотят показать себя! Но перед ними нужно поставить четкие задачи. Каждую страничку сайта, детали придется продумать вам – ребята понятия не имеют, что вам в итоге нужно. Главное понять, для кого вы сайт делаете. Кто ваш клиент? Каковы его потребности? Кто будет покупать ваши изделия? Сколько вы хотите получать денег от клиента? Каким образом он будет у вас покупать?

А после создания сайта нужно регулярно его обновлять, давать ссылки в социальных сетях, а если появятся возможности – заплатить за раскрутку. Пусть немного, пусть вы появитесь не на первой странице поисковика по запросу «сумки», но где-то появитесь и люди о вас узнают.

Важное условие не только для сайта, но и для продвижения вашей марки – это фотографии. Отснятым на «мыльницу» вы вполне

можете наполнять свой хендмейд-блог, но ни одно приличное печатное издание никогда не возьмет такие снимки. Вы никогда не сможете оформить таким «материалом» буклет или каталог. Собственная марка требует другого уровня фотографий – профессионального.

В последнее время вокруг появилось множество мастеров, копирующих у Кургузовой сюжеты. «Дохлая собаку не пинают», – говорит она. Если копируют – это признак успеха. Пусть копируют, они никогда не смогут пойти дальше, ведь Кургузова всегда впереди. Пока плагиаторы перерисовывают очередную ее аппликацию, Люба уже придумывает новую.

Человек должен искать свою дорогу, где первым будет он. Ведь и Люба когда-то ушла из академических художников, поняв, что никогда не станет в этой области первой, это «не ее». Ищите себя!

Слово «хендмейкер» звучит скромно, и многие из нас довольствуются скромной творческой судьбой. Но может быть, расширить границы? Мерить жизнь другими масштабами? Ставить более высокие цели? И величать себя пусть не художником, но дизайнером!

Заключение

Вот я и закончила свою книгу. Даже не верится! Хочется рассказать больше, снова встречаться с замечательными людьми – хендмейкерами, брать интервью, выискивать в бизнес-книжках интересное и полезное... А раз хочется – пора взяться за исполнение своих желаний!

Но на последней странице положено подвести итоги.

Каждое лето в театральные училища выстраивается очередь из абитуриентов, но только единицы из поступивших и отучившихся становятся народными артистами. Народными – это значит любимыми, оцененными людьми.

Так и с нашим хендмейд-бизнесом. В годы кризиса многие лишились работы и от нечего делать занялись любимым рукоделием всерьез, а когда кризис кончился – поспешили вернуться в офисы. У них не получилось. Не получилось достичь «офисных» заработков, заскучалось без коллектива. У них не получилось, и это печально. Зато у оставшихся оказалось меньше конкурентов!

Оставшиеся смирились с более низким уровнем дохода, зато с высоким уровнем личного счастья и удовольствия от жизни. Многие «переплюнули» офисную зарплату. Им не скучно без коллектива – ежедневно они общаются с людьми, которых никогда бы в офисах не повстречали. Их мозг постоянно занят, поскольку анализирует море информации: о бизнесе, маркетинге, продажах, отношениях с клиентами. Им достаточно цифр из собственной бухгалтерии.

Они уже никогда не вернутся в офис, и не потому, что это означало бы личное поражение, просто там их жизни не хватало смысла. А теперь этот смысл есть. В первой главе книги таким людям я давала совет попробовать заняться делом по душе. Когда работа обретает смысл, мелкие неудачи не страшны, ведь за спиной

вырастают крылья! Когда есть крылья, появляется и стремление взлететь!

Поэтому, дорогие друзья, я желаю вам обрести крылья, обрести вдохновение! Не только в области хендмейда.

Я желаю вам вдохновения в жизни!

СОТВОРИ И ПРОДАЙ

СВЕТЛАНА ВОИНСКАЯ

КАК
ПРЕВРАТИТЬ
ХОББИ В ДЕЛО
И ДОБИТЬСЯ
УСПЕХА



Примечания

1

Тимоти Феррис. «Как работать по 4 часа в неделю и при этом не торчать в офисе “от звонка до звонка”, жить где угодно и богатеть». «Добрая книга». 2009.

[Вернуться](#)

2

Квилтинг – техника шитья, объединяющая лоскутное шитье, стежку, аппликацию, вышивку. Стиль бохо – стиль в одежде, сочетающий элементы цыганского образа (широкие юбки с оборками), философию хиппи и винтажные аксессуары.

[Вернуться](#)