

Рынок в США – один из крупнейших в мире, но и конкуренция на рынке соответствующая. Начало Вашего бизнеса в США будет очень тяжёлым, если Вы не ориентируетесь ни в ценах, ни в целевой аудитории, ни рекламных средств...

Очень многие представители бизнеса из России и других стран СНГ даже не догадываются, что главным инструментом рекламы в США является вебсайт. Нет вебсайта - нет компании. Это в СНГ информация о товарах или услугах находится в основном на бумажных носителях, а в интернет представлено около 10% информации. В США – этот показатель составляет - более 80%, так как 95% американских семей владеют как минимум одним компьютером. Время – Деньги! А с помощью интернета люди могут намного оперативней находить нужную информацию. Поэтому американские компании, не развивающие должным образом свои вебсайты, вылетают из бизнеса в течение года. Даже рестораны в США, в которых нельзя заказать столик онлайн, приличными не считаются...

Многие бизнесмены, добившиеся серьёзных успехов на просторах СНГ и пытаются повторить свой успех уже на американском рынке. Это круто, но проблема заключается в том, как они это делают.

Стандартный сценарий "русского" бизнеса в США. Закупем всё самое яркое, блестящее и что наиболее важно САМОЕ ДОРОГОЕ!!! И ждём покупателей.

Господа, в США это работать не будет. И никогда не работало. Проблема в разнице психологий. В России бизнесмен, заработавший много денег, сразу покупает большую дом, машину подороже, и заводит несколько любовниц... И их можно понять, потому что скорее всего очень скоро его либо посадят, либо просто всё отберут и поэтому этот короткий миг нужно прожить поярче и "погламурнее"!

В США нет страха подобного рода! Но в США есть твёрдое убеждение, что если у тебя есть деньги сегодня, то их лучше отложить на завтра или вложить в дело, а не пытаться их быстрее потратить. Поэтому "русские" проекты имеют исключительно ограниченный успех только среди "понимающей" русской публике.

И действительно, какой приличный бизнес "по-русски" можно делать в стране, где даже миллиардеры сами водят, заправляют и даже моют свои совершенно не самые дорогие машины и даже могут заскочить в МакДональдс перекусить по-быстрому... (Речь идёт о настоящих деловых людях, а не о других богачах – звёзд шоу-бизнеса, наследников и т.д.) И это делают люди, имеющие собственные бизнес-империи и летающие на собственных самолётах!

По-нашему наблюдениям, в США основные миллионы зарабатывают не те, кто продаёт Феррари, а те, кто производят или торгуют маленькими шурупами или стаканчиками для куллеров, или ещё чем-то очень маленьким, но продают это всё миллионами и постоянно. **Именно такой бизнес и будет в США наиболее успешным.** Те, кто специализируются на маленьком, но успешном бизнесе могут реально зарабатывать больше чем шикарные магазины с супердорогими товарами!!!

Идеальный вариант, когда бизнес сам создаёт себе рынок. Причём для этого совершенно не нужно быть Биллом Гейтсом. У нас есть пример одной маленькой компании, которая начала продавать профессиональные посудомоечные машины для ресторанов. Но для большинства ресторанов они оказались дорогими (достаточно трудно войти в устоявшийся рынок). А рестораны, которые могли себе позволить эти

машины, уже имели свои. Тогда президент компании пошёл на смелый маркетинговый ход. Он начал раздавать новым ресторанам свои машины бесплатно, с обязательным подписанием долгосрочного контракта на их еженедельное обслуживание. Сейчас компания процветает и зарабатывает миллионы, так как тысячи ресторанов ежемесячно платят за моющие средства и обслуживание...

Деньги делают деньги

На самом деле, люди охотнее верят в свою удачу, чем в свой труд. Исследование рынка – крайне расплывчатое понятие. Но всё же лучше потратить немного денег заранее, чем потерять очень много денег на мёртворождённом бизнесе. Дерзайте!!!