Спешите! Кризис заканчивается!!!

(в помощь салонному бизнесу)

No money – no krizis!!!

Надпись на футболке

Данная статья написана для тех, кто хочет использовать кризис для своего блага. Данная технология активно используется в нашей компании, и благодаря ей, товарообороты на время кризиса – только растут, количество наших салонов красоты возросли почти вдвое.

Многие не замечают, и возможно, никогда и не увидят, тех выгод – которые принес нам кризис. Что такое кризис? Это момент, когда у людей дела идут не так хорошо как раньше.

Хотя у многих и раньше они не шли хорошо, но сейчас они имеют право заявить громко об этом. Да потому, что кризис сейчас!!! Потому и плохо дела идут, что не понимаете? Это их, как бы оправдывает…

Что вам может дать знание о кризисе? Как вы можете его использовать во благо себе?

Ну, во первых, все владельцы салонов срочно хотят увеличить прибыльность от салона.

Что вам это дает? Правильно, если вы сможете им в этом помочь – вы заработаете хорошие деньги.

Либо найдете хорошего партнера, который откроет салон красоты в вашей сети.

Давайте разберемся, как кризис возникает (организовывается), как набирает обороты, как достигает своего максимума и как, в конце концов, постепенно переходит в процветание.

Для вас, наверное, не секрет, что в жизни существуют определенные законы, по которым все происходит. И, конечно, вы иногда используете свое понимание данных законов в своих целях. Так устроен мир – если владеешь знанием, то ты намного сильнее тех, кто им не владеет.

Знание это очень сильная вещь. Но знание особенное, не обычное знание каких-то общеизвестных вещей. А то знание, которое лежит немного глубже.

Насколько глубже это зависит только от вашей личной силы. **СТЕПЕНИ ВНИМАНИЯ**, если хотите.

Вам будет интересно узнать, как происходят события в этом мире. Вы увидите это на следующем примере, но сможете самостоятельно провести аналогию и приложить этот пример на любую другую ситуацию.

Пример, на котором удобно увидеть весь принцип действия подойдет следующий:

На некоторой фирме N, директор, либо владелец – смотрит финансовый отчет за последние несколько месяцев. И замечает, что график товарооборота, а следовательно - доходности фирмы, начал снижаться. Точнее он начал снижаться еще несколько месяцев назад, но владелец был занят другими делами, и никак не мог заняться этой

проблемой.

Какая реакция будет у него? Естественно, он будет долго сидеть, размышлять, смотреть остальные отчеты, искать, в чем основная проблема.

Если он потратит определенное время, приложит усилия необходимые для выхода из сложившейся ситуации то, как вы думаете, будет ли решена данная проблема? **НЕСОМ НЕННО** !
Да!

Найдет он проблему? **ЕСТЕСТВЕННО!** Если для него будущее фирмы имеет значение, то он потратит столько времени и усилий – сколько необходимо, если на это у него уйдет несколько суток или даже недель. Он может вообще не выходить из офиса.

А заказывать пиццу и обеды по телефону, но обязательно найдет причину. Он сделает все на что он способен для того чтобы ее найти.

И как только он найдет главную проблему – автоматически получит ее решение. Так как если уже проблема найдена – то решение проблемы находится автоматически.

Основная задача руководителя это найти проблему – почему компания не развивается, или почему дела компании начали идти плохо.

Давайте рассмотрим, как работает противовес. То есть, есть плохая ситуация, негативная – которая не устраивает. Это линия, падающая вниз (на графике).

Эта ситуация имеет определенную тенденцию, вес и для того чтобы поменять направление тенденции необходимо приложить некую силу.

Так вот, как только предприниматель выяснил, что ему нужно делать – он заявляет об этом работникам и если это большая компания, либо есть люди, отвечающие за большие объемы работ, делается собрание, и на нем руководитель должен как нельзя точно и как нельзя яснее, доходчивей выложить суть сложившейся ситуации? **ПОЧЕМУ**???

Ответ на главный вопрос **почему**? Где была допущена ошибка. Когда люди понимают причину – они могут с ней что-то сделать, когда же идут указания, которые не аргументированы, то человек не понимает сути ситуации.

Конечно в некоторых ситуациях, руководитель может представить лжепричину, либо использовать любой другой рычаг управления.

Когда люди, присутствующие на собрании поняли суть проблемы – руководитель предлагает им выразить либо предложить пути решения. Хотя он решение уже знает и оно теперь очевидно. Но для того чтобы каждый почувствовал что это его идея, его решение.

Каждый должен выложить свое предложение. Перед этим руководитель может заявить, либо напомнить, что данная ситуация очень важна. И от того решат ли они ее или нет - зависит очень многое.

Задача руководителя подтолкнуть незаметно их к правильному решению (в случае, если возникнут затруднения). Обыграть всю ситуацию таким способом, чтобы каждый из присутствующих ощутил важность своей участи в данном предприятии.

Это достигается путем постановки правильных вопросов, поощрения и очень тонких, консервативных, проверенных комплиментов. После этого, каждый с работников загорается, понимает, что он может отыграть важную роль в выходе фирмы с кризиса, и может быть вознагражден не только эмоционально, не только получить моральное удовлетворение.

Руководитель должен дополнительно озвучить и это, что когда дела компании пойдут

вверх – то тех, кто принял участие в этом – ждет дополнительное хорошее финансовое вознаграждение. После этого, что мы видим?

С самого начала компания была в плохом состоянии – то есть товарооборот компании полз вниз. Шел деградирующий процесс.

Шло падение, но мало кто это замечал, возможно, догадывались, но не обращали на это **ВНИМАНИЯ**, акцентируйте свое внимание на том, что когда человеческое внимание переходит в определенную зону, обостряется на чем-то конкретном очень сильно. Как пучок лазера.

То именно от степени внимания, в зависимости от того сколько человек может приложить внимания к определенному предмету, ситуации – ровно пропорционально они получают от данной ситуации отдачу. Возможно это энергетическая, моральная, эмоциональная отдача.

Человек начинает понимать, начинает анализировать, он начинает задумываться и, в конце концов, стечение всех этих сил – внимания, намерения человека, оно дает то, что человеку именно необходимо. В данном случае, это ответ, решение – что делать дальше. Как действовать.

Он нашел, вклинился, вошел, углубился и нашел решение. Теперь его задача – показать это другим. Если сделать все правильно, (необходимо приложить определенные усилия) то люди смогут тоже так ясно, остро, (не все, конечно) увидеть, то, что им хотят преподнести.

И в тот момент происходит аккумуляция, это внимание, понятие получает еще больше энергии, еще больше силы - оно укрепляется.

Это все делает один человек. Если бы предприниматель не ставил себе цели решить проблему, если бы он не говорил себе, что я обязан сделать все, чтобы решить проблему, то ничего бы не происходило. Дальше он передает это решение, это знание о

решении – другим людям.

Его задача донести до максимального количества людей. Как качественно и быстро он это сделает, тем быстрее и тем большую инерцию приобретет его фирма. Естественно, что он является основным звеном, – которое задает общее движение.

Невозможно в короткие сроки закрутить колесо, разогнать процесс решения проблемы и оставить его на инерцию, на самотек. Сила и время приложения усилий, зависит от того в каком положении была компания, и от того на какой уровень предприниматель хочет ее вывести.

Это опять зависит от желания предпринимателя и от цели, которую он ставит перед собой. Предприниматель не может оставить решение проблемы на инерцию. Его роль в этой ситуации – задавать ритм, давать разгон.

Если взять часовой механизм, – в котором есть много шестеренок. То он как раз одна из самых маленьких. Но та, которая отдает наибольшее количество энергии. И с начала ему необходимо приложить много усилий. Фактически применить максимум ресурсов, что у него есть.

Психической силы. Он их направляет на цель. На решение. Постепенно остальные шестеренки начинают крутиться.

Набирают вес. Каждая шестеренка обрастает личностной силой. И когда кривая выравнивается (выходит с пике) постепенно шестеренки набрав определенный вес и инерцию, продолжают работать самостоятельно.

И чем дальше идут дела, тем меньше предприниматель должен напрягаться, чтобы держать разгон.

Как же работает система? После того как руководитель вложил информацию о проблеме в головы работников, а также дал возможность почувствовать им, что это их собственное решение – каждый из них (естественно не каждый, а только те, кому, действительно дошло, кто углубился в тему) бросают все силы на то, чтобы ее решить.

Их задача – передать энергию дальше. И как они хорошо это сделают – настолько быстро проблема будет решена.

Когда вы знаете **НАСТОЯЩУЮ** причину, чего бы то ни было, только тогда у вас есть шанс сделать все правильно. На самом деле в большинстве случаев вся ваша энергия уходит в другое место. Когда вы знаете причину – вы знаете путь решения.

Когда вы не знаете причину – вы играете человека, который ее знает. И вместо решения проблемы – вы занимаетесь убеждением окружающих в вашей правоте. Если причина известна – вы можете находиться вне ситуации.

Вы не участник сцены, а дирижер, от которого зависит все, но никто этого не знает. Люди думают, что они сами находят решения, сами воплощают их в жизнь, вы же получаете то, что необходимо, а именно, решение проблемы.

Как решается проблема? Путем **РАЗГОВОРОВ**! Если вы хотите что-то сделать в большом масштабе – повторяйте это на большую аудиторию, множество раз, и обязательно найдется тот, кто реализует ваше решение.

Но точно также и возникает кризис. Кто-то целенаправленно несет дезинформацию. **В СТРАНЕ КРИЗИС,**
либо
В МИРЕ КРИЗИС.

Чем больше раз это заявление повторят на большую аудиторию, тем быстрее в него поверят. Понятно, что самих слов недостаточно. Для того, чтобы это заработало, необходимо выбить еще хотя бы один привычный процесс со своей колеи.

Например: убрать определенное количество денег с оборота, либо наоборот пустить в ход дополнительное количество денег. Вследствие данных действий возникают не привычные последствия, которые ассоциируются с…, конечно, с **КРИЗИСОМ**.

Вам же об этом уже давно говорили, но вы не верили. Пришлось сделать последний шаг – доказать на вашем же личном опыте. Чтобы вы самостоятельно убедились в том, о чем вас предупреждали.

ВСЕ – результат достигнут. Далее идет цепная реакция. Люди начинают забирать деньги с банков, банки, естественно их не имеют, и не могут иметь.

Раз банки не выдают денег – значит точно кризис.

Почему же не работает привычная система решения проблем? На самом деле **ОНА РАБОТАЕТ,**
но… Есть одно но, которое не учитывается. Для того чтобы проблема была решена, необходимо выйти с «кризиса». Как?

Вы должны понять, что на самом деле кризис, это очередной продукт удачного пиара. Это хорошо прорекламированный товар, который вы приобрели.

Достаточно пустить ответную волну – свою рекламу о том, что кризис заканчивается, на данном этапе, это самый приемлемый для нашего мозга, ход. Чем больше вы будете говорить об этом своим подчиненным, знакомым, партнерам – тем быстрее вы заведете механизм, который приведет кризис к завершению.

Для реализации данного проекта есть все необходимые элементы:

1. проблема видна: под чьим-то умелым руководством, массы поверили в кризис, и сейчас поддерживают его.
2. решение: необходимо рассказать своим подчиненным о причине кризиса, и

спросить, какие у них есть варианты решения?

3. далее: успешное повторение этой информации большой аудитории, много, много раз.

Вот, в принципе, и все. Но сейчас о самом главном. О том, сколько вы упустили шансов, так ничего не сделав за время кризиса. Во время кризиса у людей нет денег.

Раз! Во время кризиса люди открываются к новым предложениям. Два! Во время кризиса люди становятся более смелыми, отчаянными, решительными, предприимчивыми.

Три! Можно продолжать дальше.

Вы хотите открыть свой бизнес, либо с того, который не приносит доходы, сделать доходный? Тогда спешите! А то **КРИЗИС ЗАКАНЧИВАЕТСЯ!** Это не шутка, это факты.

Посмотрите статистику, новости. Пик кризиса сейчас. Далее ему развиваться уже будет тяжело.

Вариантов немного. Либо последует очередной толчок с боку организации кризисной ситуации (который они, скорее всего, сделают), либо выход с кризисного пике.

Если вам интересна данная тема, можете подписаться на нашу активную рассылку (выход 1-3 раза в неделю), в которой подробно описывается, как работает данная технология, и как практически ее можно применить.

Подписаться на рассылку Как создать элитный салон красоты

Сайт: youneed.at.ua