

איך להקים

עסק עצמאי מצליח?

מאת יואב ברנזון | כל הזכויות שמורות ליואב ברנזון

~

העיקרון ה-1: **אפס הוצאות**

**כדי להקים עסק עצמאי מצליח אתם
חייבים להוריד למינימום את הוצאות
ההקמה והתפעול שלכם**

כשאני אומר למינימום, אני באמת מתכוון למינימום.
עסקים **מצליחים** הם עסקים שהוקמו על ידי אפס
שקלים!!! 100 או 200 או 300 ₪ בתור התחלה – לכל

היותר, לא צריך מעבר לכך. **עסק טוב הוא עסק שאין לו הוצאות הקמה ותפעול משמעותיים** כי הוא מייד מתחיל להרוויח, מהרגע הראשון, מהיום הראשון. – מדונה התחילה את הקריירה שלה מחמישה דולרים – וזה לא סיפור אגדה, זו המציאות האמיתית, רק שרוב האנשים אינם מאמינים לה דווקא משום שהיא נשמעת קלה ופשוטה כל-כך.

לעולם אל תיקחו הלוואה לשם הקמת עסק עצמאי מצליח

מי שלוקח הלוואה למטרת הקמת עסק בעצם אומר "אין לי". כך הוא מתחיל את העסק שלו וזו התחלה גרועה שיוצרת עומסים, מתחים והפסדים כבר בצעד הראשון. אם ברצונכם **להצליח** עליכם להימנע מכל הלוואה להקמת עסק. **השתמשו רק בכסף שיש לכם**, כמה מאות שקלים, ואם אין לכם, מצאו **פתרונות יצירתיים** או השתמשו בטובות חינוך מחברים וקרובים.

הרגע בו מקימים את העסק משקף את כל עתידו

שלב הקמת העסק הוא הבסיס **להצלחה** שלו. לכן חשוב להקפיד שהקמת העסק תהיה רווחית מהרגע הראשון והצעד הראשון יהיה צעד חיובי שבא ממקום של "יש" ולא ממקום של "אין". כל העסקים הגדולים בעולם הוקמו בעצם מכלום. הם הומצאו ושגשגו באותה השיטה שבה אלוהים יצר את העולם שלנו – **"יש מאין"**. לכן הקפידו על הוצאות אפס כדי להבטיח **שפע של הצלחה** בהקמת העסק.

שום עסק מצליח אינו צריך השקעה בתחילת הדרך

כל **עסק מצליח** יכול להתחיל את מסלול חייו ללא שום השקעה. איך עושים את זה? קודם כל פותחים עסק מהבית או באיזה כוך קטן. בשביל מה לשכור חנות או משרד נוצץ ויקר כשאפשר להשתמש בפינת העבודה בבית בתור התחלה? זוכרים, מינימום הוצאות. כל **עסק מצליח** מתחיל כמו עץ גדול – מזרע. והזרע הוא קטן אבל מבטיח. רוב העסקים מתחילים מהבית. רק אם הם שורדים את השלב הראשוני ומוכיחים את עצמם, הם "זכאים" לגדול ולעבור למקום מרווח יותר.

הטעות של הרבה אנשים

היא יצירת הוצאות גדולות בשלב ההקמה

אנשים שוכרים חנות או מקום בהרבה כסף. הם שוכרים ציוד יקר. הם עושים כרטיסי ביקור יפים ומקושטים, הם קונים מחשבים יקרים. וכל זה עולה כסף – המון כסף. למרבה הצער, כל זה גם מבטיח את הכישלון. זכרו, **עסק מצליח** אינו עסק מוכן אלא עסק צומח, ועסק צומח חייב לצמוח בכוחות עצמו, על ידי עצמו, מלמטה למעלה, אחרת לעולם לא תהיה לו הצדקה כלכלית. אם מהרגע הראשון "הילד" שנקרא עסק אינו מסוגל ללכת על רגליו – אז אין טעם להקים אותו מלכתחילה.

הוצאות הקמה גדולות מחבלות בהצלחה של העסק

יש אנשים שמקימים חנות או עסק כלכלי מוגמר. הם שוכרים חנות וציוד ומלאי. לאחר מכן הם פותחים את החנות והם חושבים שהעסק יתגלגל **ויצליח**. צריך להבין שהוצאות הקמה גדולות מחבלות בסיכויי **ההצלחה** של כל עסק משום שהם חונקות אותו מבחינת תזרים מזומנים, מבחינת יצירתיות ומבחינת הרוגע של הבעלים. מי שהשקיע 10,000 ₪ או

100,000 ₪ כמקדמה על חשבון הרווחים העתידיים
שהוא מקווה להרוויח מהעסק – למעשה חונק את
העסק שלו עוד לפני שזה התחיל לנשום. זה כמו לקחת
ילד קטן ולהעמיס עליו משקל כבד – הילד יתמוטט עוד
לפני בכלל שהתחיל לזחול או ללכת.

הוצאות מינימאליות מבטיחות יצירתיות, שחרור וגמישות אדירה

אם השקעתם 10 ₪ או 50 ₪ בהתחלה של עסק –
אתם בכלל לא לחוצים, כי מה כבר יכול להיות? מה יש
לכם להפסיד? אבל אם השקעתם 20,000 ₪ אתם
לחוצים להחזיר את ההשקעה – וזו תחילת המפלה. אם
משהו אינו הולך כמו שצריך – מפלס המתח שלכם
מתחיל לעלות ולעלות. העצבים, הכעס, חוסר הסבלנות
– הם פשוט בלתי נמנעים. אתם חושבים על מה יהיה,
למה לא קונים, למה העסק לא זז, מדוע התוכנית
שתכננתם אינה פועלת – וכל הזמן הזה במקום להיות
רגועים ופנויים **ליצירתיות** ולגמישות, אתם עסוקים
בחישובי רווח והפסד מסובכים.

עסק מצליח הוא עסק קל ולא עסק כבד

עסק מצליח הוא כמו ילד קטן. כל הזמן הוא רץ ממקום למקום וצריך לדאוג לו, לקדם אותו, לכוון אותו ולשמור עליו. כל הזמן יש בעסק שינויים ועסק **מצליח** מחייב המון גמישות, שחרור, **יצירתיות** וקלילות, במיוחד בשלב ההקמה. לכן, הוצאות גדולות בהקמת עסק אינן מאפשרות את הגמישות הזו, כי מי שהוציא סכום כסף גדול מכיסו או לקח הלוואה לשם כך – אינו יכול להרשות לעצמו לנסות, לטעות, לעצור לחשוב או לשנות לחלוטין כיוון כשהדברים אינם הולכים. בגלל ההוצאות הגדולות הוא עמוס וכבד, כי כל תשומת הלב שלו היא על הכסף במקום על העסק ועל הדינאמיות שלו.

עסק מצליח הוא עסק שאינו מבוסס על כסף אלא על כישרון

הטעות הבסיסית של רוב האנשים שהם חושבים במונחים של כסף ולא במונחים של הון אנושי. **רק מי שיש לו המון כסף יכול לעשות מהמון כסף עוד המון כסף.** אבל בשלב הקמת **עסק חדש ומצליח** – מה שיש לרוב האנשים זה הון אנושי ולא הון כלכלי. למעשה, לכל האנשים יש הון אנושי אינסופי, בעוד שלרוב

האנשים אין הון כלכלי. אבל רוב האנשים לא מבינים שהון אנושי הוא בעל ערך הרבה יותר רב מהון כלכלי.

עסקים מפסידים הם עסקים שמבוססים על כסף או על תעודות

כדי להקים **עסק עצמאי מצליח** אינכם זקוקים לכסף בכלל – רק לידע, להון אנושי, לכישרון או ליכולת מסוימת. עסקים מפסידים מבוססים על השקעות כלכליות כבדות בשלב ההקמה, על הוצאות גדולות ללימודים ולתעודות, על הכשרות מוקדמות, פשוט על בזבוזים מיותרים לגמרי. לעומת זאת, **עסקים מצליחים** מבוססים על עבודה מיידית ועל כישרון. **בעסק מצליח** עשיית הכסף היא מיידית לחלוטין, עוד לפני שהעסק קם בכלל – כי כדי לעבוד ולהרוויח לא צריך לחכות רגע אחד.

כל האנשים המצליחים בעולם לא למדו את מה שהם יודעים לעשות

אם ברצונכם לבנות **עסק מצליח** – עליכם לעשות את מה שאתם יודעים לעשות ונולדתם לעשות. לימודים זה

בשלב מאוחר יותר. קודם כל עליכם לזהות כישרון, יכולת או נטייה מולדת שקיימת בכם. למשל, יש אנשים שיש להם נטייה למחשבים והם יודעים לתקן כל דבר. יש אנשים שיש להם עין טובה והם יודעים מעצמם לעצב בגדים או לחרוז מחרוזות. יש אנשים שפשוט יודעים לכתוב מעולה. הדברים האלה מולדים, וכל אדם יש לו יכולת כלשהי שהוא יודע לעשות אותה טוב מאחרים. חשוב להבין ש**כל האנשים המצליחים באמת הם מה שנקרא "טבעיים"** או באנגלית "Natural". הם פשוט יודעים לעשות את מה שהם עושים מלידה – כמו בטהובן או מוצארט שפשוט התחיל לנגן בגיל 4. הם בכלל לא למדו את זה. למעשה, לימודים היו פוגעים בכישרון הטבעי שלהם.

זה קל לזהות את הכישרון שלכם

הכישרון שלכם זה משהו שהגיע אליכם במקרה, שעשיתם אותו פעם כי מישהו פנה אליכם וביקש מכם. תמיד תזכרו, שהיקום עבוד בצורה מושלמת והוא דואג כבר ליידע אתכם במה אתם מוכשרים. אפילו אינכם צריכים לשבור את הראש במה אתם טובים. הדברים יגיעו אליכם באיזושהי צורה. פשוט התבוננו במה שקרה לכם בחמש או עשר השנים האחרונות. מה עשיתם?

מה עשיתם טוב? מה אתם יודעים שאתם יודעים
לעשות בקלות? מה אתם אוהבים לעשות? מה אתם
עושים ממילא סתם בשביל הכייף?

הכישרון שלכם זה משהו שאתם עושים ממילא

רוצים להקים **עסק עצמאי מצליח**? הקימו אותו תמיד
רק על בסיס כישרון מולד ויכולת שאתם ממילא
מפעילים בחיי היום יום שלכם. למשל, מישהי יודעת
לעשות עוגות מעולות. איך היא יודעת שהיא יודעת?
היא פשוט התחילה לעשות עוגות וכל החברים התחילו
לשבח אותה. אז מה בסך הכל? ול אישה כזאת צריכה
לעשות? היא יכולה להקים מזה עסק חכם ופשוט עם
הוצאות אפס. ואז מהרגע הראשון היא תתחיל להרוויח.

קחו את הכישרון שלכם והתחילו מכלום

בעסק **שמצליח** מהרגע הראשון – אין הוצאות רק
הנאה **והצלחה** מהצעד הראשון. למעשה, עוד לפני
שהתחלתם אתם כבר יודעים **שהצלחתם**. קחו את

הכישרון הטבעי שלכם, קחו משהו שאתם יודעים לעשות, והתחילו לעשות אותו. במשך הזמן אתם תפתחו אותו למשהו רציני, אבל בשלב הזה התחילו ממנו. אל תשקיעו בהכשרות, בתעודות ובלימודים – זה רק בשלב מאוחר יותר. התחילו מכלום, פשוט מכלום – והעסק שלכם ישגשג, יגדל ויתפתח במהירות עצומה. אתם פשוט לא תבינו איך זה קורה, אבל כך זה קורה, כי אלה הם החוקים האמיתיים בהקמת **עסקים מצליחים**.

כשיש לכם הוצאות – אתם מתחילים להתפנק ולהתעצל

רוב האנשים מכשילים את העסקים שלהם, כי הם רוצים נוחיות מהרגע הראשון. זכרו, **העסקים הטובים ביותר הם העסקים הזולים ביותר**, ללא מותרות או פינוקים. לווארן באפט, אחד האנשים העשירים בעולם, יש משרד קטן כבר עשרים שנה, אותו בית ורכב בן 10 שנים. זכרו, לא צריך להוציא הוצאות – כל הרעיון של עסק זה להכניס הכנסות, והרבה. אבל כשאתם מוציאים הוצאות זה סימן שאתם מתחילים להתפנק, שאתם לא רוצים לעבוד, לא רוצים להיות **יצירתיים** ופשוטים, זה סימן שאתם לא רוצים להשתמש במה שכבר יש. הוצאות ופינוקים זה רק בשלב מאוד מאוחר בחיי

העסק, אם בכלל. בשלב הראשון – לא צריך כמעט כלום, רק כמה שקלים בודדים. סטף וורטהיימר התחיל את העסק שלו מהבית. כל מה שיה לו זה שולחן פצפון ומכשיר חריטה קטן. מזה הוא עשה 4 מיליארד דולר!!!

לסיכום, עסק מצליח מבוסס על אפס הוצאות. נקודה.

אל תקנו דברים. אל תחפשו על מה להוציא. אל תציבו תנאים מוקדמים להקמת העסק שלכם. אל תתחילו לקחת הלוואות ולשקוע בחובות. פשוט הקימו את העסק שלכם תוך שתי דקות. השתמשו בשלב ראשון רק במה שיש לכם כרגע. אם אין לכם - היו **יצירתיים** וחפשו לקבל דברים בחינם. למדו להיות צנועים ומעשיים. זכרו, ל **עסק מצליח** יש רק מטרה אחת: להכניס הכנסות מיידיות, להכניס אותם עכשיו, ולהכניס אותם הכי הרבה שאפשר. הוצאות הם דבר מיותר לחלוטין ל**עסק מצליח**.



העיקרון ה-2: הכנסות מיידיות

עסק שאין לו הכנסות מיידיות הוא עסק מפסיד

אם העסק שלכם הוא עסק שאינו מכניס לכם כאן ועכשיו הכנסות מיידיות – יש לכם עסק מפסיד, ולא משנה מה תגידו או איך תסובבו את הדברים. לכן, מי שרוצה להקים **עסק מצליח** חייב להקפיד שכבר מהרגע הראשון יהיו לו הכנסות מיידיות, ושההכנסות הללו יהיו גדולות מההוצאות שלו. אם ההכנסות קטנות מההוצאות – אתם מחזיקים עסק מפסיד. אם ההכנסות גדולות מההוצאות – יש לכם **עסק מצליח**, לא משנה בכמה ההכנסות גדולות מההוצאות.

אל תדחו הכנסות

בשלב הראשון של כל **עסק מצליח** – **ההכנסות** חייבות להיכנס, ומהר. לכן, אל תדחו את **ההכנסות** שלכם ואל תתנו את השירות או את המוצר שלכם באשראי או בהקפה. עליכם להבטיח שיהיה לכם תזרים מזומנים חיובי לחלוטין ולא תזרים מזומנים שלילי או עתידי. למשל, יש אנשים שנותנים שירות, מספקים את הסחורה או את המוצר ואז מתחילים לרדוף אחרי הלקוחות שלהם כדי שישלמו להם בשוטף פלוס שלושים או שוטף פלוס תשעים. זו טעות גדולה. ככה לא בונים **עסק מצליח** באמת.

הקפידו לקבל כסף לפני מתן המוצר או השירות

אם תופרת לוקחת עבודה מלקוח, והיא צריכה לגזור בד שהיא רוכשת ולתפור עבורו 2 זוגות מכנסיים – עליה לקחת ממנו מקדמה על החשבון עוד לפני שהיא תפרה אפילו כפתור אחד במכנס. ולא רק זה, המקדמה שלה צריכה להיות גבוהה יותר מגובה העלויות שלה. נניח שהעלות שלה לשני זוגות מכנסיים היא 100 ₪ ושהמחיר הסופי ללקוח הוא 400 – גובה המקדמה

חייב להיות 200 ₪ לכל הפחות. כך היא אף פעם לא תפסיד, גם אם הלקוח לא יקנה את המכנסיים בסו 100 ₪ של דבר או יחליט פשוט להיעלם. בשיטת המקדמה – יש לכם **אפס הוצאות**, כי הלקוחות הם אלה שממנים עבורכם את ההוצאות שלכם.

גובה ההכנסות חייב להיות מעל גובה ההוצאות

תמיד הקפידו לתמחר את עצמכם מעל לגובה הוצאות שלכם, אחרת אתם הופכים את העסק שלכם לעסק מפסיד. לא יכול להיות שעלות המוצר שלכם היא 100 ₪ ואתם גובים עבורו 80 ₪ כמחיר סופי, ולא משנה באיזה נסיבות אתם מצויים. עליכם תמיד להקפיד שגובה ההכנסות שלכם יהיה מעל לגובה ההוצאות. איך עושים את זה? לא נכנסים לעסקה שבה אתם יודעים מראש שתפסידו. נכנסים רק לעסקאות שבהם אתם בטוחים בוודאות שתרוויחו מראש. רוב האנשים קודם עושים – רק אחר כך בודקים אם זה שווה להם. זכרו, **עדיף לכם לא לעבוד מאשר להפסיד**. אתם עובדים רק ברווח, ולהרוויח פירושו לקבל כל סכום שהוא מעל להוצאות ולעלויות שלכם. אפילו 10 ₪ זה רווח, העיקר להרוויח.

מה קורה אם יש לכם הכנסות נמוכות מההוצאות?

אם יש לכם הכנסות שנמוכות מההוצאות שלכם – עצרו. אתם חייבים לעצור ולחשוב מה קורה? ייתכן ששיטת העבודה שלכם אינה יעילה ושאתם יכולים לייצר את אותו המוצר בהוצאות נמוכות בהרבה. בדקו את זה. אם אינכם יכולים להוזיל עלויות – העלו מחירים. בדקו גם את זה. אם אינכם יכולים להעלות מחירים, כיוון שאף אחד אינו מוכן לשלם את המחירים שלכם – שנו את העסק שלכם והתחילו לייצר מוצרים אחרים או עשו הסבה לתחום אחר. פשוט כך.

אל תתעקשו להמשיך כשאתם מפסידים

רוב האנשים שמפסידים – אינם יודעים לעצור את ההפסד. הם ממשיכים מתוך תקווה נאיבית שבסוף יהיה בסדר. זכרו, אם בסוף החודש יוצא שאתם מפסידים – עצרו. עצרו מייד ואל תחכו. בדקו את העסק שלכם היטב, כי משהו אצלכם רקוב מהיסוד. זכרו, לא יכול להיות ש **עסק מצליח** יפסיד. זה בלתי אפשרי. משהו לא עובד בעסק שלכם נכון: או שההוצאות הן

מיותרות, או שההכנסות הן נמוכות מדי או שאתם
בחרתם בענף מפסיד ועליכם לברוח ממנו עכשיו ומייד.

אל תבנו על הכנסות עתידיות

יש אנשים שבונים את התוכנית העסקית שלכם על
הכנסות עתידיות. זכרו, הכנסות מיידיות זה הכנסות
מיידיות. אם למשל צייר מצייר המון ציורים וחושב
לעצמו שבסוף השנה הוא יעשה תערוכה וימכור הכ וול –
הוא בוודאות אינו צייר **מצליח**. צייר באמת **מצליח** הוא
צייר שמוכר תמונות שהוזמנו אצלו מראש ושחלק
מהכסף כבר שולם עליהן על ידי הלקוחות. צייר מפסיד
מכין את כל התמונות מראש ואז מנסה למכור אותן. רוב
הציירים הם עניים לא בגלל שאי אפשר להתפרנס
מציור, אלא בגלל שציירים הם בדרך כלל אנשי עסקים
גרועים. ציירים שהם גם סוחרים טובים מתפרנסים
נהדר מציור, חלקם אף מיליונרים ממש.

**כל הטריק
הוא להבטיח את ההכנסות מראש**

בסופו של דבר, כל **הצלחה** כלכלית אמיתית מבוססת על רעיון אחד פשוט: לדעת מראש שאתה מרוויח. כל היתר – זה ספקולציות והימורים. יש הרבה עסקים שמבוססים על אי-וודאות. אי-וודאות זה הימורים, פעם זה עולה ופעם זה יורד. **עסק מצליח** אינו עולה ויורד – הוא עולה ועולה, כי הוא מבוסס על נוסחה מתמטית. והנוסחה המתמטית אומרת דבר פשוט: יש לנו ידיעה וודאית ומראש כמה אנו הולכים לקבל עבור השירות שאנו נותנים. אם אין לכם את הידיעה הוודאית הזו – אין לכם **עסק מצליח**. יש לכם בסך הכ וולטה, ורולטה יכולה להסתובב גם נגדכם.

הרווח שלכם חייב להיות רווח ידוע מראש

למשל בתחום הנדל"ן, אם אתם קונים דירה במחיר נמוך מאוד ממחיר השוק – אז יש לכם עסקה **מצליחה** כבר מראש, עוד לפני שבכלל מכרתם אותה בשוק. אבל, אם אתם קונים דירה במחיר השוק או במחיר גבוה ממנו וחושבים שתשפצו את הדירה, תמכרו אותה ותרויחו בגדול כי ממילא שוק הנדל"ן נמצא בעלייה – יש לכם רולטה, יש לכם הימור, זה הכול. יכול להיות שהתחזיות שלכם יתגשמו ויכול להיות שלא. בכל מקרה, זה לא עסק משגשג. עסק משגשג **ומצליח** אינו

מבוסס על תקווה או הימור, אפילו לא על מגמה, הוא מבוסס על שיטה מדעית, על נוסחה מתמטית של רווח ידוע מראש, בוודאות של 100%.

אנשים חושבים בטעות שאנשי עסקים הם מהמרים

אנשים חושבים שאנשי עסקים הם מהמרים, שהלך להם קלף, שהיה להם מזל, שהיה להם "ביצים". יותר מזה, הרבה אנשי עסקים **מצליחים** יגידו לכם בעצמם שהם חושבים שהם **הצליחו** בעיקר כי היה להם מזל. אבל לא זו האמת. האמת היא שאנשי **העסקים המצליחים** באמת הם שונאי הסיכונים הגדולים ביותר שתכירו. זכרו, אין דבר כזה שנקרא "מזל". אין דבר כזה. מה שיש זו שיטה **להצלחה** ושיטת **ההצלחה** מתחילה מעיקרון פשוט: אפס הוצאות – ומקסימום הכנסות באופן מידי. רק תקפידו על העיקרון הזה והכסף יתחיל לזרום אליכם לאט לאט ובהמשך בקצב הולך וגובר, עד שתבינו כמה נכונה השיטה הזו.

**אין לכם מה להפסיד
כשהכנסה החיובית שלכם מובטחת**

עסק מצליח מבוסס על **הצלחה** לא על הפסד, אפילו לא זמני, כי כל מה שזמני יכול ועלול להפוך לקבוע. **עסק מצליח** מבוסס על סדרה אינסופית של **הצלחות** קטנות. לכן, זה לא משנה בכלל מה גודל ה**הצלחה** שלכם. ייתכן שעל עסקה מסוימת הרווחתם 50 ₪ ועל עסקה אחרת רק 20 ₪. לא זה מה שמשנה. מה שקובע זה האם אתם בפלוס או במינוס? גם אם הרווח שלכם הוא קטן – זה עדיין רווח, וסדרה ארוכה של **הצלחות** תביא לכם בסופו של דבר רווח גדול. כך שהעיקרון הוא זה, **אין לכם מה להפסיד כאשר ההכנסה החיובית שלכם מובטחת וידועה מראש.**

למדו להגדיל הכנסות

התחילו מפלוס. בהמשך למדו להגדיל את הפלוס. רווחים ניתנים להגדיל כל הזמן, אבל קודם כל חשוב להקפיד שיהיו רק רווחים ולא הפסדים. הגדלת רווחים תלויה בניסיון, במקצוענות, ביצירתיות ובתכנון מוקדם. אתם יכולים להגביר הכנסות על ידי צמצום הוצאות, שינוי או ייעול של תהליכי הייצור או השירות, הגדלת מערך השירותים והמוצרים, שיווק, פרסום, שיתופי פעולה ומיזוגים. אבל הדבר הבסיסי ביותר הוא ניהול זמן אפקטיבי, כי זמן הוא המשאב היקר והחשוב ביותר בהגדלת הכנסות.

ניהול יעיל של הזמן יביא לכם הכנסות גדולות יותר

זמן הוא יחידת הרווח הבסיסית. למעשה, זמן שווה כסף. לכן, שימוש לא יעיל בזמן שלכם הוא בזבוז של הכנסות ושל רווחים. אם אינכם עובדים בצורה יעילה ואתם מבזבזים זמן רב, אתם למעשה מפסידים הכנסות, מפסידים רווחים ומתרחקים מ **הצלחה** של העסק שלכם. זכרו, **עסק מצליח** תמיד מבוסס על ניהול הזמן שלכם בצורה אפקטיבית ויעילה לחלוטין. אם **תצליחו** להרוויח יותר כסף מאותו הזמן או לעשות כמה דברים באותו הזמן – **תצליחו** להגדיל הכנסות.

אל תעסיקו אנשים נוספים בהתחלה

זמן קשור באנשים כי ככל שיש יותר אנשים יש יותר "זמן". אבל בשלב ההקמה עליכם לוודא שאתם קודם כל מנצלים את מירב הזמן שלכם לפני שאתם שוכרים עובדים נוספים. אל תיקחו מזכירה, אל תיקחו עוזרת נוספת, אל תיקחו עוד עובדים – אלא רק כאשר מלוא

הזמן שלכם מנוצל עד תום ואינכם יכולים עוד למקסם אותו. כלומר, רק כשאתם עמוסים בעבודה בצורה כזו שאתם חייבים לרכוש זמן נוסף, כי ביום עבודה יש רק 24 שעות, רק אז אתם בשלים לשכור את שירותיו של עובד נוסף.

השקיעו זמן ומחשבה בניצול יעיל יותר של זמנכם כדי להגדיל את ההכנסות שלכם

אתם יכולים להגדיל את ההכנסות שלכם אם תלמדו לעבוד בצורה שיטתית, בצורה יעילה, בצורה חכמה יותר. כל שיטת עבודה שחוסכת לכם זמן היא שיטת עבודה שמגדילה עבורכם את ההכנסות. יעילות היא תחום אינסופי ואתם תופתעו לגלות שניתן לבצע דברים מדהימים בזמן קצר ביותר, גם אם הם נראים מורכבים ומסובכים ביותר. למשל, יש אנשים שכותבים עבודה סמינריונית בשלושה חודשים ויש כאלה שכותבים אותה בשלושה ימים. ההבדל ביניהם הוא השיטה, התכנון והסדר. אתם יכולים לכתוב ספר בשלוש שנים אבל אתם יכולים לכתוב את אותו הספר בשלושה שבועות, אם אתם יודעים איך לכתוב ספר על פי שיטה.

לסיכום, עסק מצליח מבוסס על מקסימום הכנסות מיידיות. נקודה.

אל תדחו הכנסות, אלא הקפידו לגבות הכנסות באופן מיידית. אל תתנו באשראי כי אשראי נותנים רק כשהעסק הוא גדול, רווחי ויש לו גב כלכלי וחזק משל עצמו. אל תבזבזו זמן כי זמן הוא הכנסות ואל תתמחרו את השירות, העבודה או המוצר שלכם בפחות מההוצאה שלכם כדי לא להגיע להפסדים. אם תקפידו על הכללים הפשוטים הללו – אתם תרוויחו בוודאות. אם לא תשמרו עליהם – קרוב לוודאי שתפסידו כסף או שתבזבזו את זמנכם על עסק מתנדנד ולא רווחי.



העיקרון ה-3:

בחינת הביקוש

ברגע שיש לכם רעיון לעסק עליכם לבדוק האם יש לכם גם שוק

הביקוש הוא הבסיס לכלכלה ולכסף. **אם אין ביקוש – אין כסף.** זכרו את המשפט הזה כי זהו משפט המפתח בעסקים. אתם יכולים להקים עסק נהדר או מוצר נפלא ומדהים – אבל אם אין לו ביקוש הוא אינו שווה דבר, וכל המאמצים שלכם ירדו לטמיון.

מטרתו של כל עסק מצליח היא לספק צרכים אמיתיים

השוק היחיד והאמיתי ביותר שקיים בעולם הוא שוק הצרכים. אם אתם חושבים לספק לאנשים מוצר מסוים, תמיד תתמקדו בסיפוק הצרכים הבסיסיים והאמיתיים של אנשים. למשל, חברות התקשורת **מצליחות** כל כך, כי הן מספקות לאנשים צורך בסיסי וזה להיות מחוברים ולתקשר אחד עם השני. כל האנשים מוכנים לשלם

הרבה בשביל סיפוק הצרכים הבסיסיים שלהם. אבל רוב האנשים לא מוכנים לשלם עבור משהו שהוא אינו בסיסי, כלומר עבור משהו שמבחינתם הוא מיותר או נחשב כמותרות.

העסק שלכם חייב לספק צרכים של ממש

חפשו דברים שלאדם הממוצע אין ברירה אלא לצרוך. חפשו צרכים אמיתיים שכל אדם צריך וחייב. צרכים של ממש הם למשל, כסף, אוכל, דיור, עבודה, סקס, ביטחון, הגנה, כוח, בריאות, תקווה ושליטה. **לצרכים הבסיסיים תמיד יש ביקוש**, והביקוש אליהם רק הולך וגואה כל הזמן. לעומת זאת, לצרכים לא בסיסיים הביקוש הוא מזדמן, לא יציב ובדרך כלל דועך, במיוחד בתקופות שבהם הכלכלה נמצאת במיתון.

זהו את הצורך ואז התאימו לו את המוצר

קודם עליכם לזהות סוג של צורך בסיסי. אחר כך אתם מתאימים לצורך הבסיסי את המוצר המתאים שיכול לספק את הצורך הזה בצורה משמעותית, מהירה

יחסית ופשוטה. למשל, חברות הנשק מייצרות רובים כדי לספק ביטחון לאנשים ולמדינות. חברות התרופות מייצרות תרופות שיספקו בריאות ואיכות חיים לאנשים. חברות המזון מספקות את הצורך לאוכל זול וטעים. הבנקים מספקים את הצורך הבסיסי לכסף, לביטחון ולוודאות כלכלית. חברות הנדל"ן את הבתים וכן הלאה וכן הלאה. כל החברות הללו הן החברות העשירות ביותר במשק, משום שהן מספקות את הצרכים הבסיסיים של כל האנשים.

אל תכפו על אנשים דברים שהם אינם זקוקים

הטעות הבסיסית של הרבה אנשים היא שהם חושבים שאם הם צריכים מוצר מסוים אז כל האוכלוסייה זקוקה גם לאותו הצורך. הם מנסים לשווק מוצרים שאף אחד לא זקוק להם, ומתעקשים שהם עלו על רעיון "גדול". ברוב המקרים, מדובר בכישלונות מסחריים משום שכדי לדעת אם יש ביקוש למוצר מסוים עדיף להסתכל סביב ולבחון כמה אנשים באמת צורכים אותו כעת. עצם העובדה שאתם מתלהבים מרעיון על מוצר מסוים אינה מבטיחה שיש למוצר הזה ביקוש.

אל תמציאו את הגלגל - השתמשו בגלגלים הקיימים

הסתכלו מה אנשים קונים. בדקו מה הולך ומה לא הולך. אם אינכם יודעים מספיק, שאלו אנשים הנמצאים כבר בענף שאליו אתם מתכוונים להיכנס. הם כבר יגידו לכם איך המצב. לפעמים, לא תצטרכו אפילו לשאול אותם. אתם פשוט תרגישו אם הולך להם או לא הולך להם לפי מבט העיניים, לפי צורת מקום העבודה שלהם, לפי רמת החיים שלהם. בכל אופן, אל תתעקשו להמציא את הגלגל ולהיות הראשונים שמנסים למכור מוצר חדש שהציבור אינו מכיר אותו. לכו על נוסחאות בדוקות שאחרים כבר ניסו אותם והן פשוט עובדות.

אל תבנו על תקוות ועל תסריטים חיוביים

לאנשים יש נטייה לשכנע את עצמם בכל דבר שהם רוצים שיקרה, בלי שום קשר למציאות. אם אנשים אומרים לכם שלא כדאי לכם להיכנס לתחום מסוים או שהענף המסוים שאתם רוצים ללמוד אותו הוא רווי או צפוף או לא ריווחי – האמינו להם. אל תבנו על תקוות שווא ועל תסריטים חיוביים. לכו על מה שבאמת הולך

ולא על מה שאולי ילך ואולי לא. כדי לבנות עסק **מצליח** אנו מחפשים וודאות ולא תקוות שווא או הסתברויות.

ביקוש הוא דבר חמקמק

ביקוש הוא דבר חמקמק , ולכן עליכם להבין בו. ייתכן שמוצר אחד יימכר בכמויות אדירות ומוצר מאוד דומה לו לא יימכר בכלל, רק משום שהדרך שבה מוגש המוצר הראשון עונה על צורך בסיסי ואילו הדרך שבה מוגש המוצר השני אינו עונה על צורך בסיסי. למשל, לשולחן אומנותי ויוקרתי לא יהיה ביקוש אך לשולחן פרקטי יהיה ביקוש אדיר. מה ההבדל? ההבדל אינו בכסף אלא בצורך. שולחן אומנותי לא משרת את הצורך הבסיסי של אנשים ואילו על בשולחן פרקטי אפשר לאכול ארוחת ערב בנוחיות. הכול תלוי בזווית שבה מוגש המוצר.

הזווית של המוצר חייבת להיות זווית פשוטה של 45 מעלות

מוצר איכותי מדי לא יימכר בכמויות. גם מוצר זול וגרוע לא יימכר בכמויות. אם אתם מחפשים מוצר שיימכר

בכמויות תמיד תחפשו את הזווית של 45 מעלות.
למוצר בזווית של 45 מעלות יש תמיד ביקוש גבוה.
מוצר כזה מבוסס על **השילוש הקדוש**: מוצר שעונה על צורך בסיסי, הוא איכותי מספיק אבל לא איכותי מדי, ומחירו סביר.

אל תמציאו מוצרים או שירותים איכותיים מדי

מוצרים או שירותים איכותיים מדי אינם עונים על צורך בסיסי ולכן אין להם שוק בקרב הציבור הרחב ואינם מובנים על ידו. הם מתוחכמים מדי עבור הצרכן הממוצע ולכן אף אחד לא ייגע בהם. מוצר איכותי יכול להיות הרצאה אינטלקטואלית מדי, במקום הרצאה עממית יותר המבוססת גם על הומור, גרפים ודוגמאות מוחשיות שלציבור קל להבין. או למשל ספר מורכב ומסובך לעומת סיפור מוחשי ופשוט שמעביר את אותו המסר.

הסוד הוא במחיר

תמחור של מוצר הוא אומנות בפני עצמה. ברור שהמחיר חייב להיות גבוה מהעלות. אבל חשוב באותה

המידה שהמחיר יהיה נמוך מ **המחסום הפסיכולוגי של הצרכן הממוצע**. לכל צרכן ממוצע יש מחסום פסיכולוגי של מה נראה כמחיר סביר ומה לא נראה כמחיר סביר. מוצר שנמכר ושיש לו ביקוש הוא מוצר שמתומחר מעל לעלות המוצר, אך מתחת למחסום הפסיכולוגי הגורם לצרכן להימנע מלרכוש אותו. אם אתם מתמחרים את המוצר שלכם מעל למחסום הפסיכולוגי של הצרכן הממוצע – פשוט לא יקנו את המוצרים שלכם. אנשים יתרחקו מכם כמו מצרעת, ואתם לא תבינו מדוע. הסיבה היא פשוטה: המוצר שלכם יקר מדי לטעם של הצרכן והוא פשוט אינו מוכן רגשית לשלם יותר.

בשלב ההקמה הקפידו על מחירים אטרקטיביים

כדי ליצור ביקוש עליכם לפתות את ההמון לצרוך את המוצר או את השירות שלכם. ואחד הפיתויים החשובים ביותר הוא המחיר. כדי לחדור לשוק עליכם לבקש מחיר נמוך. רק כך יכירו אתכם, יצרכו אתכם, יפיצו אתכם ברבים ובסופו של דבר יצרו עבורכם ביקוש שיאפשר לכם להעלות מחירים בעתיד. לכן, בשלב ההקמה וההרצה של העסק החדש שלכם הקפידו על מחיר נמוך ומפתה שיקל על אנשים "להתנסות" במוצר או בשירות שלכם ללא חשש או דאגה.

רוב האנשים מתקשים לתמחר נמוך

בתחילת הדרך, רוב האנשים מתקשים לתמחר את המוצר שלהם במחיר המלא שלו, במקום במחיר היכרות מינימאלי. הם אינם מבינים שבכך הם הורסים את הביקוש למוצר שלהם ומקטינים את שרידותו. זכרו, בשלב ההקמה רצוי לתמחר נמוך מאוד, לא לפחד ממה שיגידו ולהפיץ את המוצר בכמה שיותר כמויות ולכמה שיותר אנשים, במחיר שגבוה מעט יותר ממחיר העלות. **חדירה אגרסיבית לשוק אפשרית רק כשהמחיר הוא נמוך מספיק**, ולאנשים לא אכפת לשלוח את היד לכיס ולשלם את המחיר כדי להתנסות במוצר.

בהתחלה העיקר הוא הכמות

כל הסיפור בהתחלה הוא סיפור של כמויות. **ככל שאתם מוכרים יותר – כך אתם מוכרים יותר.** ככל שיותר אנשים קנו אתכם הם גם יפיצו אתכם, ידברו עליכם וימליצו עליכם. ככל שאנשים יראו את המוצרים שלכם יותר כך אתם יוצרים לעצמכם פרסום חינם. לכן, כדאי לכם למכור כמה שיותר בהתחלה, גם אם המחיר

הוא נמוך יחסית, כדי לחשוף את הסחורה שלכם לכמה שיותר אנשים בכמה שפחות זמן.

השקיעו זמן ומחשבה בבחינת הביקוש למוצר

חשבו לפני שאתם מספקים מוצר. בדקו היטב את השטח וראו אם יש למוצר שלכם ביקוש ואם אחרים מוכרים אותו. אם אתם רואים שיש הרבה גורמים אחרים בענף שמוכרים את אותו המוצר – סימן שיש לביקוש חזק. אם אין אף אחד – אל תקפצו בראש ואל תהיו הראשונים שמנסים את המוצר ומוכרים אותו לציבור. חכו מספר חודשים כדי לתת זמן ליצרנים אחרים או לבעלי עסקים אחרים לנסות ולמכור את המוצר. אל תהיו אתם שפני הניסיונות הראשונים שבסופו של דבר מפסידים, אלא תלמדו להתגלח על הזקן של אחרים ולראות מה התוצאות.

**לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על ביקוש אמיתי.
נקודה.**

לא יעזור כלום. **אם אין ביקוש – אין כסף.** לכן, עליכם לוודא מראש שיש לעסק, לשירות או למוצר שלכם ביקוש ממשי. עשו לעצמכם כלל פשוט: אם אין מוצר כמו שלכם בשוק – אל תתחילו לייצר אותו. אם יש אותו בשוק והוא לא **מצליח** – אל תיכנסו לשם. רק אם הרעיון שלכם כבר רץ בשוק ויש לו ביקוש מספיק גדול – כנסו גם אתם לתחום ונסו לתת מוצר שמצד אחד דומה ליתר המוצרים, אך מצד שני יש בו מספר יתרונות ייחודיים. אם תשמרו על הכללים האלה, **ההצלחה** מובטחת לכם.

~

העיקרון ה-4: **בניית נישה**

**מרוב עצים –
לא רואים את היער**

אם אתם רוצים להקים **עסק עצמאי מצליח** ולראות תוצאות מהירות – בנו נישה. רוב האנשים אינם יודעים להגדיר ולתחום את התחום המקצועי שלהם. הם נוגעים בתחומים רבים. הם פוחדים להתמחות בתחום מסוים שמא "יפסידו" הזדמנויות. הם משקיעים זמן וכסף ברכישת ידע לא נחוץ ומיותר. ובסופו של דבר, הם מאבדים את המיקוד. זכרו, מרוב עצים – לא רואים את היער. יצירת נישה היא המיקוד שלכם – כמו המגדלור שלכם, ששומר עליכם מפני הסחות דעת מקצועיות.

חפשו נישה ייחודית אבל בעלת הכרה

יש אנשים שעוסקים בתחום רחב מדי, והם אינם מספיק מקצועיים (למשל, רופא כללי). לעומתם, יש אנשים שבחרים בנישה כל כך ייחודית, והם בעלי מקצוע מעולים כל כך, שמעטים האנשים שמסוגלים להעריך את עבודתם או לתגמל אותם בהתאם (למשל, צייר שמתמחה רק בציורים אומנותיים על מקררים). הרעיון הוא פשוט: צרו נישה מוכרת וייחודית. **אתם חייבים לשלב בין ייחודיות לבין תחום מקצועי בעל הכרה.** למשל, עורך דין (תחום מקצועי בעל הכרה) שמתמחה רק בייצוג עברייני צווארון כחול (נישה ייחודית).

השקיעו אך ורק ביתרון היחסי שלכם

הטעות של רוב האנשים היא שהם משקיעים זמן, כסף ואנרגיה בחיזוק החולשות שלהם במקום בטיפול העוצמות והחוזקות שלהם. ההיגיון אומר: חזק את המקומות בהן אתה חלש וכך תהיה חזק יותר. אך ההיגיון הוא מטעה. למעשה, **השקעה בחולשות היא השקעה מאוד לא חכמה**, כי התמורה עליה היא נמוכה ביותר. לעומת זאת, אם תשקיעו בעוצמות וביתרונות היחסיים שלכם את אותו הזמן והאנרגיה – תקבלו חזרה תמורה אדירה ותגיעו במהירות להישגים פנומנאליים. חשבו על כך, לפיקאסו היה כישרון ציור אבל הוא היה גרוע במתמטיקה. הוא השקיע את כל חייו בשכלול ובחיזוק כישרון הציור שלו לכדי מיומנות אדירה ביותר. אילו הוא היה מתפזר ומחליט להשקיע גם בחיזוק כושרו המתמטי – הוא היה פוגע בעצמו באופן אנוש ומפסיד שנים קריטיות של יצירה, של פרודוקטיביות וכמובן של מכירות בהיקף של מיליונים.

**חפשו עוצמות
ולא חולשות**

תסתכלו רק על מה שאתם טובים בו, ממש טובים בו, והתעלמו מכל היתר. פשוט תשכחו מכל היתר. זכרו, הרעיון של בניית נישא מתחיל מכך שאנו בונים את הנישא בתוכנו. עלינו להפוך מסופר-מרקט של אפשרויות לבעלי מיומנות מרכזית אחת שאין לעמוד מולה. בעל **עסק עצמאי מצליח** הוא כמו אומן של תחום מסוים. הסיבה שאנשים **מצליחים** בעסקים היא שהם כל כך טובים במה שהם עושים שאי אפשר לעצור אותם. הם כל כך שולטים בתחום העסקי שלהם – שה**הצלחה** שלהם למעשה מובטחת כבר מראש. זכרו, כשאתם באמת טובים במה אתם עושים – אתם **תצליחו** בוודאות!!

בנישה תוכלו להיות מומחים

רק בנישה תוכלו להיות מומחים – והתגמול עבור מומחיות היא הגדול ביותר שקיים בשוק. למשל, אדם שהמומחיות שלו היא הרצאות – יקבל גמול הגדול פי עשרה או מאה מאדם רגיל שאין לו מיומנות להרצות בפני קהל. או למשל, אדם שהמומחיות שלו היא ניתוחי ראש מורכבים – יקבל תגמול של פי מאה או אלף

מרופא כירורג רגיל. אבל כדי להיות מומחים, עליכם ליצור נישא משום שכדי ליצור מומחיות אין לכם ברירה אלא להשקיע שנים בהתעמקות מקצועית בתחום שלכם.

כל נישא מחייבת התמקדות מקצועית

ניתן להיות מומחה. אך ללא נישא, לעולם לא תהיו מומחים באמת. שימו לב, **מומחיות היא מדע ההתמקדות**. מומחיות זה משהו שחייבים לשלוט בו. וכדי לשלוט בתחום מסוים כלשהו, עליכם לצלול לעומקו, שכבה אחרי שכבה, שנה אחרי שנה, עד שתגיעו למעמקים, לשכבות שאף אחד אינו מגיע אליהם מלבדכם. אז תרגישו שאתם המאסטרו של התחום. אבל רק נישא מסוגלת להפוך אתכם למאסטרו, כי החיים קצרים והידע הוא אינסופי. כדי לבנות נישא עליכם להתמקד בה וללמוד רק אותה במשך שנים רבות, כי כמות הזמן שלוקחת כדי להיות מומחה בלתי מנוצח בתחום מסוים וכדי לשלוט בתחום זה לחלוטין עד לדרגת אומנות ממש, היא גדולה ביותר.

שיטת ניו-יורק

ושיטת לוס-אנג'לס

רוב האנשים ממצים דברים מהר ולא יורדים לשורשם של דברים. רוב האנשים עובדים לפי שיטת לוס-אנג'לס. הם לומדים משהו מסוים עד שהם משתעממים ממנו. ואז הם עוברים לתחום אחר. ושוב אחרי תקופה נמאס להם. ואז הם מחפשים משהו חדש, שונה ואחר לחלוטין כדי להשקיע בו עוד חצי שנה או שנה. ובסופו של דבר הם יודעים הרבה ובעצם שום דבר. אבל **המצליחנים** פועלים בצורה שונה. הם עובדים לפי שיטת ניו-יורק. הם לוקחים תחום מסוים ומתחילים לתקוף אותו מזווית מסוימת. בהמשך, הם מעמיקים בתחום ומגלים זווית נוספת של אותו התחום. אחרי שנה או שנתיים הם ממשיכים בתחום מזוויות אחרת, ולבסוף אחרי מספר שנים הם מקיפים את כל התחום ושולטים בו מכל הזוויות האפשריות. זו שיטת ניו-יורק והיא השיטה היחידה של **המצליחנים**.

עסק מצליח מבוסס על נישה מוגדרת

עסק מצליח תמיד מבוסס על נישה, על מומחיות מסוימת ומוגבלת. אינך יכול לדעת הכו ל. אינך יכול

לשלוט בכל התחומים. אתה חייב להגביל את עצמך מראש לתחום מסוים. ושם, עליך להיות רחב ועמוק ככל שניתן, ולהקיף כמה שיותר נושאים. למשל, נגן פסנתרים מעולה אינו יכול להיות גם איש מחשבים מבריק וגם עורך דין מעולה. אבל נגן פסנתרים מעולה הוא נגן שמבין בכל תחומי הפסנתר האפשריים: במוסיקה עצמה כמובן, בעולם התווים, במבנה הפסנתר, בהיסטוריה של הפסנתרנים הגדולים והדגולים, בבניית פסנתרים, בעיצוב פסנתרים, בשיפוץ ותיקון מיתרים ובשיטות לימוד של נגינה. בתחום שלו הוא איש רב-אשכולות, אבל הוא אינו מבין בכל התחומים. אין לו מושג במכונאות או במתמטיקה או בציור, אבל הוא שולט לחלוטין בכל נושא הקשור בפסנתרים או אפילו משיק אליו.

הנישה היא המיתוג שלכם

מיתוג הוא בעצם נישה. אם אין לכם מיתוג אתם אינכם מובהקים, אינכם ברורים, אינכם בולטים בשוק הרחב של בעלי המקצועות. אין לכם שום דבר ייחודי ומיוחד למכור, ואתם נבלעים בתוך ההמון האפור. מיתוג הוא הנישה שלכם, המקום המיוחד בו אתם שולטים ושם אתם זוהרים, מובלטים מאחרים, טובים מכולם, להטוטנים בתחום, אלופי המקצוע. נישה מאפשרת לכם

למתג את עצמכם. ללא נישא אתם סתם עוד עורך דין או עוד רופא. ללא נישא אתם סתם עוד מעצב גרפי או סתם עוד מהנדס. אבל הנישואים, המומחיות, המיתוג – כל אלה הופכים אתכם ל"מומחה עולמי בהשתללות עורקים" או "עורך הדין הטוב בעולם במשפט חוקתי" או "מעצב-העל של דירות יוקרה" או "מהנדס הגשרים התלויים הארוכים בתבל".

עליכם להתמיד בתחום עוד ועוד

משום מה, אנשים רבים מאמינים במוגבל במקום באינסופי. אבל לאנשים **מצליחים** תמיד יש מכנה משותף – כולם, אבל כולם, מאמינים בבלתי מוגבל ובאינסופי, כי זו הסיבה שהם הצליחו בגדול. שימו לב, אם תיקחו תחום מסוים, כל תחום, אפילו השטות ביותר, תגלו עולם ומלואו. כמות הידע והאינפורמציה בעולם משתווה לכמות הכוכבים ביקום. לכן, בכל תחום ניתן להעמיק עד אינסוף. גם אחרי 80 שנה של מחקר וידע, תגלו שאינכם יודעים אלא חלק קטן ממאגר הידע האינסופי של התחום. זכרו, העולם הוא אינסופי ולכן גם כל תחום ותחום בו הוא אינסופי – אם מעמיקים בו ומשקיעים בו. מומחיות ונישואים מבוססים בדיוק על העובדה הזאת. **אם תעמיקו בתחום, תגלו עוד.**

והמעניין הוא שכל שתצללו לתוכו עמוק יותר – כך תגלו רק יותר ויותר. וככל שתעמיקו – מרחב אדיר של אפשרויות יתגלה לפניכם. זהו חוק **ההצלחה** והשפע.

אל תבצעו זיגזגים

הטעות של רוב האנשים היא שהם לא מעמיקים בתחום מסוים, אלא מתפזרים לתחומים שונים. אך גם אם הם בכל זאת אנשים מעמיקים, הם נעצרים בשלב מוקדם מדי ומתחילים לחזור על עצמם במקום להבין שניתן להעמיק עוד ועוד עד אינסוף. שימו לב, **עסק מצליח** זה עסק דינאמי וחי. **עסק מצליח** זה כמו הרפתקה מסעירה. זה הולך ונעשה טוב יותר מיום ליום. זה הולך ונעשה מעניין יותר ויותר משנה לשנה. זה הולך ונעשה מורכב, מתוחכם, מלא בפרטים, עשיר ומגוון מעשור לעשור. כמו עץ עתיק וענק שיש לו מארג אדיר ואינסופי של שורשים מסועפים מתחת לפני האדמה. אבל כל זאת בתנאי שתתמקדו, שתעמיקו במשך שנים, שלא תזגזגו, שפשוט תיקחו לידיים תחום מסוים ותתחילו להתעמק בו ברצינות במשך ימים, שבועות, חודשים ושנים. אם לא תזגזגו – **ההצלחה** מובטחת לכם.

כולבוניקים ומומחים

אין דבר כזה "מיציתי את התחום". זהו שקר שאנשים אומרים, כי לא מתחשק להם להשקיע עוד פוש קטן. כי לא באמת אכפת להם לגלות מה מסתתר מעבר לפינה. כי הם לא באמת מאמינים שמגיע להם **להצליח** – ובגדול. **הצלחה** היא מנת חלקם של המעמיקים, של אלה שדוחפים את הגבול עוד ועוד. אם אתם רוצים להיות עשירים, עליכם לדחוף את גבולות החיים שלכם – כל זמן שאתם חיים. לדחוף גבול פירוש להרוויח יותר, לדעת יותר, להתמקצע יותר, להיות טוב יותר, להשתפר יותר. כאלה הם המומחים וכך הם עובדים. הם כל הזמן דוחפים לעוד. הכולבויניקים הם החפיפניקים. הם לא רוצים באמת להשקיע לעומק, ולכן הם גם לא **מצליחים**, כי הם לא עושים דברים עד הסוף. הם לא שולטים בתחומם עד הסוף, הם לא שולטים בידע עד הסוף, הם לא הולכים על כל הקופה. הם פשוט נעצרים איפשהו מעל פני השטח ומשקרים לעצמם: "מיציתי את התחום, אין מה לעשות יותר ממה שעשיתי".

**איך מגיעים למומחיות
מתוך שטחיות?**

זה לא קשה להגיע למומחיות, לנישה. למעשה, זה די קל. צריך רק לשמור על פוקוס ועל זמן – זה הכול. למעשה, **אם נשמור על פוקוס - הזמן כבר יעשה את העבודה עבורנו.** חשבו על כך, אם אתם עוסקים בתחום מסוים ומוגדר – אתם תהפכו למומחים בו תוך כמה שנים, ואפילו לא תשימו לב. מגוון המקרים שתטפלו בהם, השיטתיות שבה תעשו זאת, הלימוד הלא מודע שלכם את התחום יום אחרי יום – כל אלה יצטברו בתודעה שלכם ויהפכו אתכם למביני עניין. למעשה, כולנו כאלה. כולנו יודעים לנהוג ברכב בעיניים כמעט עצומות רק משום שאנחנו מתאמנים בנהיגה באופן לא מודע במשך שנים. אדם שנוהג במשך עשר או חמש-עשרה שנים יום יום לעבודה וחזרה – הופך לנהג מיומן ביותר. כול הסוד טמון באימון הממוקד, בפוקוס על הנושא. והאימון הוא למעשה לצבור חוויות, אירועים, מצבים והתנסויות שטחיות באותו נושא, להעמיס אותם אחת על גבי השנייה וליצור שכבות על גבי שכבות של ניסיון חיים מצטבר. מומחיות היא בעצם שטחית מאוד – רק שהיא ממוקדת בתחום מסוים, ולכן היא אוספת סביבה ומנקזת אליה מגוון אדיר ועצום של אירועים שטחיים שהופכים עם הזמן לתמונה ברורה, פשוטה, גדולה ועמוקה ביותר. תמונה אמיתית.

הכישלון

של חברת קוקה-קולה

שלא תחשבו שניתן **להצליח** בכל התחומים. אפילו בקוקה-קולה חשבו שניתן – אבל רק בסוף הבינו גם שם שזה בלתי אפשרי. זכרו, רק שיטת ניו-יורק עובדת. שיטת לוס-אנג'לס היא סכנה לעסקים **מצליחים**, והיא מכשילה אותם פעם אחר פעם. בשנות השמונים ניסתה חברת קוקה-קולה "להתרחב". היא ישבה על סכומי כסף אדירים והרווחים שלה נסקו לשמים. המנהלים בקוקה-קולה לא ידעו מה לעשות בכל-כך הרבה כסף, אבל הם רצו לעשות משהו. אז הם החליטו לרכוש רשתות מזון, כמו קנטאקי פרייד צ'יקן ואחרות. הם חשבו לעצמם "אנחנו מבינים בשתייה, אז מן הסתם **נצליח** גם באוכל". אלא שכעבור 3 או 4 שנים הם כמעט פשטו את הרגל בגלל החברות הללו, שהפסידו להם סכומי עתק. רק אז הם הבינו שכל תחום דורש מומחיות כדי להגיע ל **הצלחה**. ולאחר שהם הבינו את הלקח החשוב הזה, הם מכרו את כל החברות שהם קנו, וחזרו למשקאות המוגזים, כי בזה הם באמת מבינים. ככה נולדו משקאות הספרייט והקינלי ועוד הרבה משקאות נוספים. הם פשוט הבינו שהם יכולים להתרחב עד אינסוף בתחום המשקאות המוגזים, שזה תחום המומחיות שלהם, במקום להתפזר לכיוון של מזון.

כל נישה מחייבת מחויבות ומשמעת עצמית

הפיתויים בחיים הם רבים. כל יום יש פיתויים, כאלה הם החיים. דעו לכם, שהחיים בוחנים אותנו כדי לראות אם אנחנו מחויבים לעצמנו, ל **הצלחה** שלנו, למשמעת שלנו. העניין הוא, שמי שנמצא בפוקוס – לא משקיע הרבה זמן כדי להדוף פיתויים, כי הוא ממוקד. אבל מי שמפוזר – מתפתה בשניות. זכרו, מרגע שיצרתם נישה **מצליחה** – היצמדו אליה בכל הכוח. התמידו בה. השקיעו בה, והיא לא תאכזב אתכם. אבל אם תבגדו בה ותנסו להיות גם עם נישות "אחרות" – זה פשוט לא ישתלם לכם, ואתם תשובו כל פעם מחדש אל הנישה שלכם. באי.בי.אם ניסו ללכת על מחשבים אישיים ניידים – וברחו מזה אחרי עשור ועם הפסדים של כמה מיליארדים, כי אי.בי.אם מתמחה במערכות מחשוב גדולות ולא אישיות. בקוקה-קולה ניסו ללכת על "הקולה החדשה", קולה בטעם חדש ומתוק יותר, וכמעט שהפסידו את התחמונים. הצרכנים שנאו את הטעם החדש ודרשו לחזור לנוסחה הקלאסית.

לסיכום,

עסק מצליח מבוסס על נישא ייחודית ומוגדרת. נקודה.

אל תתפזרו. תתמקדו בתחום מסוים, והתחילו להשקיע ולהעמיק בו במשך שנים. זה ישתלם לכם כי תהפכו בו למומחים – ותהיו מעל לכולם. אל תתפתו במשך הדרך לתחומים אחרים, אל תזגזגו בין תחומים ואל "תמצו" את ההשקעה שלכם בהבנת התחום בו אתם עוסקים, אלא המשיכו והשקיעו בתחום שלכם מכל זווית ומכל גישה אפשרית. אם תתמידו בתחום מסוים מספיק זמן ותשקיעו בו בצורה פנוראמית של 360 מעלות – אתם תגיעו ל**הצלחה** בוודאות. זכרו – **הצלחה היא מדע, ויש לה חוקים פשוטים**. שמרו על החוקים – **והצלחה** תהיה מובטחת גם לכם.



העיקרון ה-5:

פתרונות פשוטים

הכי פשוט – הכי משתלם

עסק מצליח מבוסס על מוצרים פשוטים, שירות פשוט, תהליכי עבודה פשוטים, הפצה פשוטה, שיווק פשוט, מכירה פשוטה וגבייה פשוטה. **בעסק מצליח** באמת – הכול חייב להיות פשוט, אחרת הדברים מתחילים להסתבך והעסק מתחיל להיעצר, כי מספיק שחוליה אחת בתהליך העבודה היא מסובכת או קשה או מורכבת, וכבר יתר החוליות מושפעות ממנה ומתעכבות בגללה.

אל תסבכו דברים

אל תסבכו דברים פשוטים ואל תהפכו אותם למורכבים, גם אם זה נראה "יפה" יותר או "אסטטי" יותר. חפשו מה עובד – ולא מה נראה טוב יותר או טוב פחות. בסופו של דבר, העסק שלכם חייב לתפקד ולייצר מוצרים או שירותים על בסיס קבוע. לכן, כל דבר

שמאיים על התפוקה או על זרימת השירות – חייב ללכת. רק מה שעובד ומצליח – נשאר.

סיבוך מוביל לבזבז של כסף, זמן ואנרגיה

סיבוך מוביל תמיד לבזבז מיותר של כסף, זמן ואנרגיה. לכן, אם תלמדו להיות מעשיים – תהליך ההצלחה שלכם יהיה פשוט הרבה יותר. סיבוך תמיד יוצר כפל מעשים, מהלכים סותרים, מסרים כפולים, אי הבנות ועיכובים. סיבוך הוא למשל, מורה ליוגה שמלמדת בכל אזור המרכז במקום בעיר מגוריה בלבד. הנסיעות, הפקקים, הדלק והזמן שהיא שורפת בנסיעותיה ממקום למקום גורמים לבזבז אדיר של משאבים, כסף וזמן. במקום זאת, מורה ליוגה שמלמדת רק קרוב לביתה, חוסכת עלויות של דלק, חוסכת זמן עבודה, רגועה יותר בגלל חיסכון שעות הפקקים והלחץ ומסוגלת לתפקד טוב יותר וללמד שעות רבות יותר – ובסופו של דבר גם להרוויח ולהצליח הרבה יותר.

סיבוך עוצר את הזרימה

כל סיבוך עוצר את הזרימה של העסק, ומייד מחבל בהכנסות שלו. לכן, למדו תמיד לשמור על התנועה של העסק – בכל מחיר – בכך שלא תיצרו תהליכי עבודה מסובכים. תהליכי עבודה מסובכים הם למשל, לעשות דברים פעמיים, במקום בפעם אחת. אנשים רבים מסרבים לפעול בפעם אחת, אלא הם נוטים לפעול בפעמיים או שלוש. הם למשל נפגשים עם לקוח כדי להציע הצעת עבודה, עושים רשימות על פתק כלשהו, אח"כ הולכים הביתה ושוב מעתיקים את אותן הרשימות לדף מסודר יותר ואז הם מקלידים את החומר למחשב ומדפיסים את ההצעה – וכל התהליך המייגע הזה לוקח זמן רב, במקום לתת הצעת עבודה על המקום באמצעות נייר הצעת עבודה פשוט. זכרו, **זמן הוא כסף וכל פעולה שאתם עושים חייבת להתבצע בפעם אחת בלבד.** זוהי נוסחת הפשטות. כל פעולה המתבצעת פעמיים או שלוש אינה פשוטה אלא מסובכת, מיותרת ובזבזנית.

קודם השתמשו במה שיש

בזבז וסיבוך הוא למשל, לרכוש מחשב נייד כדי לתת הצעות עבודה ללקוח. אבל הרי בשלב הקמת העסק אנו שואפים לאפס הוצאות, זוכרים? לכן, רכישת מחשב נייד היא בזבז מיותר לחלוטין. במקום זאת, ניתן לבצע הצעת עבודה בו במקום, באמצעות נייר הצעת עבודה פשוט שאותו אתם מפיקים ב-20 אגורות וממלאים תוך כדי שיחה עם הלקוח. שימו לב, קודם תשתמשו במה שיש לכם ולא במה שאין לכם. וכשיהיה לכם – תעשו מה אתם רוצים. אבל בתחילת עסק אין שום צורך להוציא שקל מכיסכם – רק להכניס, רק להכניס.

פשטות במוצר

המוצר או השירות שלכם חייבים להיות פשוטים. מוצר מסובך הוא מוצר שמשלב טכנולוגיה מורכבת, תהליכי הפקה ארוכים ומייגעים, עלויות מימון גבוהות וזמן פיתוח רב. זכרו, מוצרים מורכבים הם מוצרים שרק חברות בעלות חטיבות מחקר ופיתוח ענקיות וגב כלכלי איתן ורחב יכולות להרשות לעצמן, אבל לא עסקים עצמאיים ובודאי לא אנשים בודדים. **אנשים רבים טועים ומנסים להשקיע כספים פרטיים במטרה לבנות מוצרים מורכבים ומשוכללים בעצמם – סיפור שנגמר כמעט תמיד בפשיטת רגל ובאובדן כל הנכסים.** מוצר מסובך הוא למשל, תכנון ופיתוח של

רובי סער מתקדמים ביותר בעלי כוונות ניידות. מוצר פשוט באותו התחום, הוא למשל תיווך בינלאומי בין יצרניות רובי סער לבין סוחרים עצמאיים וחברות אבטחה בכל העולם. שם נמצא הכסף הגדול, ובעיקר – הפשוט.

פשטות בהגשת המוצר ובזמינותו

יש לכם מוצר או שירות פשוט? עכשיו עליכם להגישו בצורה פשוטה. **הדבר החשוב ביותר לזכור הוא להיות תמיד זמין – בכל זמן.** עסקים רבים מפרסמים את המוצר שלהם בעיתונים או בפרסום חוצות, אך ב"בום" הראשוני של הלקוחות אין להם מספיק אנשים כדי לקלוט את ההזמנות הטלפוניות או שהם פשוט עסוקים מדי מכדי לענות לטלפון. זהו בזבוז מוחלט של זמן וכסף. במקום זאת, עליכם להיות זמינים תמיד, בכל זמן ובכל שעה, כי אינכם יודעים אף פעם מתי תוצע לכם עסקה גדולה, או פגישה חשובה, או רעיון עסקי או אפשרות לשת"פ. בעולם זמין ודינאמי כמו שלנו, אתם חייבים להיות זמינים כמעט 24 שעות ביממה. שימו לב, אם לקוח מתקשר אליכם והוא אינו מקבל מכם תשובה מיידית – קרוב לוודאי שדקה לאחר מכן הוא כבר מדבר עם המתחרה שלכם, שנותן לו שירות טוב משלכם כי

הוא זמין יותר מכם. זכרו את הכלל הבא: **אל תדחו שום דבר לאחר כך.** היו אתם הכי זריזים והכי זמינים שאתם יכולים, ותנו שירות, תשובה, מוצר או פיתרון באופן המיידני ביותר.

פשטות במכירה

מכירה של מוצר חייבת להיות פשוטה לחלוטין – כי לצרכן הממוצע יש כמה שניות לקלוט מהו המוצר שלכם והאם הוא זקוק לו. אם אינכם **מצליחים** להגיע אליו בשניות הספורות הללו – איבדתם אותו, כנראה לתמיד. פשטות במכירה פירושה, מסרים קליטים, קצרים, פשוטים וברורים. אנשים רבים מנסחים באריכות את המוצר שלהם, מוסיפים, מפרטים, מתפזרים, מאריכים ומעיקים. הם אינם מבינים שהצרכן הפשוט לא אוהב הרבה מילים, כי אין לו זמן קליטה רב. **זמן הקליטה של הצרכן הממוצע הוא קצר ביותר**, בשל עומס הגירויים בעולם המודרני. אם יש לכם כמה שניות להעביר מסר – התרכזו בעיקר, באינפורמציה הבנאלית ביותר: מהו המוצר, מה הוא עושה ומהו מחירו. זה הכול. זכרו, מכירה פשוטה היא מכירה קצרה, יעילה ותכליתית, שמתמקדת במה שמעניין את הלקוח: מה המוצר הזה עושה והאם המוצר הזה מסוגל לשפר את חיי?

פשוט זה מובן – מורכב זה מבלבל

הטעות הבסיסית של רוב העסקים העצמאיים היא חוסר
אחידות במסר. זהו אחד הסודות הגדולים של עולם
המכירות. סוד פשוט ביותר. **אחידות המסר פירושה
חזרה שיטתית וטכנית על אותם מסרים בדיוק בכל
הרבדים ובכל המקומות.** ברגע שהמסר הוא אחיד
והוא נמסר ללקוח באותה השפה בדיוק בכל הפרסומים
של החברה ובכל המפגשים האישיים איתו – הלקוח
מרגיש רגוע. לקוח שמקבל מסר אחיד מאמין יותר, כי
מסר אחיד הוא מסר שמשדר אמינות ויציבות. לעומת
זאת, ברגע שהמסר הוא שונה מרמה לרמה או ממפגש
למפגש – נוצר בלבול, שמוביל באופן בלתי נמנע לבעיה
של חוסר אמינות. אנשים שואלים: "אבל לפני שבוע
אמרתם משהו אחר", או "אבל בפרסום ההוא היה כתוב
אחרת". זכרו, **פשוט זה מובן ואחיד – מורכב זה
מבלבל ומחשיד.**

כיצד תשתמשו במילים פשוטות?

הדבר החשוב ביותר במכירות הוא להשתמש במילים פשוטות ומובנות – לא במילים גבוהות מדי או פלצניות מדי ולא במילים נמוכות או עמומות מדי, כי **למילים פשוטות יש את כוח המכירה החזק והמהיר ביותר.** כשאתם מדברים בגובה עיניים ובצורה ישירה – אתם מובנים מיידית. לעומת זאת, כשאתם מדברים בשפה גבוהה מדי או בשפה נמוכה יותר – אתם יוצרים אצל הלקוחות שלכם דחייה. שפה עמומת מדי היא שפה דוחה כי היא מבזה את השומע. שפה גבוהה ומורכבת מדי גורמת לשומע להרגיש קטן, דחוי וטיפש. כבדו את הלקוחות שלכם בכך שתדברו אליהם מגובה עיניים ותעניקו להם את ההרגשה שהם שווים לכם. כך תזכו באמונם. לאחר שרכשתם את אמונם – המכירה שלכם תהיה קלה ופשוטה בהרבה. זכרו, **מכירה היא אומנות המילים.** למדו להשתמש במילים פשוטות, מכיוון שמילים פשוטות תמיד נקלטות, אצל כל אחד ובכל מצב.

לפשט תהליכי עבודה

עסק מצליח מבוסס על הנוסחה הבאה: למדו לעשות כמה משימות בו-זמנית כדי לנצל את הזמן היקר שלכם ביעילות. תהליכי עבודה מסורבלים תמיד מבוססים על כפילות בזבזנית ומיותרת. לעומת זאת, תהליכי עבודה

פשוטים מבוססים על יעילות ומקסום. **במקום לעשות דבר אחד פעמיים, עשו שני דברים בפעם אחת – כדי למקסם את הזמן שלכם.** למשל, להקת מוסיקה נותנת הופעה לקהל גדול. במקביל ובאותו הזמן היא מקליטה את ההופעה החיה ומוכרת אותה לקהלים גדול בהרבה על גבי CD. למעשה, היא עושה שני דברים בו-זמנית: גם מופיעה ומרוויחה וגם יוצרת CD שניתן למכירה ולהגדלת הרווח – וכל זאת באותו הזמן!! החיסכון של הלהקה הוא אדיר מבחינת השכרת זמן אולפן ותשלום עבור שעות הקלטה ועריכה ואילו הרווחים שלה הם עצומים, בהתחשב בכך שהלהקה השקיעה רק שעתיים של הופעה.

רק פשטות טוביל את העסק שלכם להתפשטות

רוצים **עסק מצליח** שצומח כל הזמן? יש רק שיטה אחת והיא פשטות ויעילות. אם תצליחו למצוא פתרונות פשוטים שינצלו את הזמן שלכם טוב יותר, העסק שלכם תמיד יגדל ויתפשט במהירות. לעומת זאת, אם העסק שלכם יהיה מסורבל ומורכב הוא ירוויח פחות ויתחיל להצטמק ולהצטמצם. בעולם החברות התופעה הזו ידועה: ככל שחברה תופחת ויש לה יותר כוח אדם ויותר בירוקרטיה ונהלים – כך היא נעשית מסורבלת ורווחית

פחות. רק כאשר מקצצים את כוח האדם בחברה ועושים תהליכי ייעול ואיחוד מחלקות – החברה לפתע עולה על פסים של צמיחה. **השיטה היא תמיד אותה השיטה: פשטות בתהליכי העבודה, שימוש יעיל בזמן ופתרונות חכמים וזולים שמניבים מקסימום רווחים במינימום השקעה.**

בלי פוזות

אחת הבעיות הגדולות של אנשים שמקימים עסקים עצמאיים היא הפחד שלהם להיראות לא מספיק מתוחכמים או **מצליחנים** עבור הלקוחות. הרבה מאוד אנשים משקיעים בסממנים של **הצלחה** במקום **בהצלחה** עצמה. הם רוכשים מחשבי כיס מפוצצים ומחשבים ניידים שהם המילה האחרונה רק כדי לעשות את הרושם הנכון וליצור פוזה **מצליחנית** בעיני הלקוחות שלהם. דעו לכם, שאין שום קשר בין **הצלחה** לבין פוזה. רוב החברות **המצליחות** בעולם ובישראל הן חברות מאוד צנועות, ששומרות על פרופיל מאוד נמוך, שחוסכות בעלויות בצורה חזקה, שמנהלות משרדים קטנים ופשוטים ושמשקיעות בעיקר במכירות של מוצרים טובים. זו הסיבה שהן **מצליחות** כל-כך: משום שהן אינן משקיעות בפוזה או במילה האחרונה אלא בתכל"ס. זכרו, אתם יכולים לנהל עסק עצמאי פשוט

- ביותר, צנוע מאוד, רזה במשאבים ובהוצאות ולהרוויח הון תועפות.

ייעול וחיסכון

- ככל שהעסק שלכם צומח כך עליכם לשפר את היכולת שלכם לחסוך. כל הזמן שימו לב למצב ההוצאות. כל הזמן חפשו דרכים טובות יותר לעשות את אותו הדבר
- בפחות כסף, פחות זמן, פחות הוצאות ובעיקר בפחות מאמץ וכאב ראש. עסק **מצליח** הוא עסק שכל הזמן בודק את עצמו ומפחית עלויות, כי חלק מהמקצוענות שלכם נבחנת בניהול העצמי שלכם. נגר מעולה אינו רק נבחן לפי יכולת הנגרות שלו, אלא לפי ניהול הזמן שלו, היחס ללקוחות, מהירות האספקה, הזמינות, הגמישות שלו והחריצות שלו. זכרו, עסק **מצליח** שמייעל את עצמו הופך לעסק תחרותי וטוב יותר עבור הצרכנים שלו: היא נגיש, מהיר, זריז, חכם וזול. ולקוחות אוהבים עסקים כאלה ושומרים להם אמונים במשך שנים על שנים. דעו לכם, שכשאתם מקרינים יעילות וחיסכון – באופן לא מודע אתם רוכשים יותר הערכה וכבוד מצד הלקוחות שלכם. **אנשים מעריכים מאמץ וחריצות בצורה בלתי רגילה**, כי זה נותן להם הרגשה שהם אנשים חשובים ושהם ראויים שיתאמצו עבורם. לעומת זאת, אנשים שונאים

ומתרחקים מעסקים שמקרינים ניצול, ניוון, בירוקרטיה ועצלנות כי עסקים כאלה נותנים להם הרגשה שהם קטנים, חסרי חשיבות ומסכנים.

כמה פשוט – ככה עובד

מבחן הפשטות הוא פשוט בעצמו: אם שיטת העבודה שלכם אינה עובדת – היא אינה פשוטה. נקודה. ועל כן, עליכם להחליף אותה או לשדרג אותה. דעו לכם, ככל שאתם עובדים בצורה פשוטה יותר, רזה יותר וקלה יותר – כך אתם תשיגו תוצאות טובות יותר. כמה פשוט – ככה זה עובד טוב יותר. אז עשו לעצמכם הרגל קבוע, והוא לשנות באופן המהיר ביותר כל שיטת עבודה, הרגל, תהליך או נוהל שאינו עובד עבורכם בקלות. אם תעשו זאת, תהפכו עד מהרה **לעסק מצליח**, רזה וקל בצד ההוצאות – ויעיל ורווחי עד מאוד בצד ההכנסות.

לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על פתרונות פשוטים
שעובדים.
נקודה.

אל תעשו פוזה. אל תסרבלו תהליכים. אל תבזבזו זמן יקר. למדו לעשות באותו הזמן כמה דברים. למדו לסיים דברים בפעם אחת ולא במספר חלקים. למדו ליצור מוצר פשוט, להגיש אותו בצורה פשוטה ולמכור אותו בצורה עוד יותר פשוטה. זכרו, בכל פעם שמשהו לא עובד לכם בעסק, נסו לחפש דרכים פשוטות ויעילות יותר. אם תקפידו כל הזמן להתייעל – אתם תהפכו לעסק **מצליח** שמדיף ניחוח של חריצות, יעילות וזמינות ותמשכו אליכם לקוחות מרוצים ונאמנים לאורך זמן. הקפידו על הכלל הפשוט הזה – ומובטח לכם שהעסק שלכם יהיה **עסק מצליח** ביותר לשנים רבות!!

~

העיקרון ה-6: **חשיפה זולה**

**לתת –
זה שם המשחק**

נתינה היא שם המשחק **בהצלחה** בכלל, ובחשיפה של העסק שלכם בפרט. אם ברצונכם להקים ולנהל **עסק עצמאי משגשג ומצליח** עליכם להפוך את הנתינה לאחד מאבני היסוד של העסק שלכם. למעשה, **ללא נתינה – אין סיכוי להצלחה, כי נתינה היא מנוע הצמיחה המרכזי של כל עסק.** אתם חייבים לשחרר את יכולת הנתינה שלכם כדי **להצליח** בעסקים, כי כוח הנתינה הוא הכוח המרכזי **בהצלחה**. מי שלא יודע לתת – לא יקבל ולא **יצליח** בעסקים בצורה משמעותית. לעומת זאת, מי שיודע לתת – **מצליח** בצורה בלתי רגילה בעסקים, **ומצליח** בצורה קלה יחסית.

נתינה מביאה לחשיפה אדירה

כל עסק מבוסס על נתינה של משהו – מוצר או שירות. לכן, אם אינכם נותנים משהו – לעולם לא תקבלו בחזרה משהו. **הנתינה היא הכוח האמיתי של כל עסק, כי רק בזכות הנתינה העסק קיים.** אתם חייבים לתת משהו כדי לקבל משהו בחזרה, זהו חוק האיזון. ולכן, ככל שתתנו יותר – כך תקבלו יותר. אם למשל, פרופסור באוניברסיטה מפרסם בכל שנה עשרה

מאמרים מדעיים – הוא חושף את עצמו בצורה מאוד יעילה. הוא נותן את כל מה שיש לו – אך בתמורה אנשים שמים אליו לב, הוא תופס תשומת לב, כותבים עליו, מגיבים אליו, מבקרים אותו ומפרגנים לו, כי בעצם הנתונה הנדיבה שלו הוא יוצר סביבו כוח שרוצה לתת לו חזרה. אדם כזה מקבל חשיפה אדירה בעצם הנתונה שלו.

מי שמשקיע בפרסום – מבזבז כסף לשווא

פרסום הוא אשליה. בסופו של דבר, אי אפשר לקנות תשומת לב בכסף. זו לא נתינה אמיתית – זו פשוט הטעיה ריקה מתוכן. לאורך זמן – **עסק מצליח** מבוסס על דבר בסיסי אחד והוא נתינה עוצמתית, זורמת, חיובית ובלתי פוסקת לקהל הצרכנים. הפנימו את החוק הזה ולא רק שלא תחסר לכם פרנסה כל ימי חייכם אלא שאתם תמצאו את עצמכם מוצפים עד מעל לראשכם בעבודה, בשירות ללקוחות ובצרכים שאותם יש למלא. **אל תבזבו את כספכם על פרסום בכסף – השקיעו את זמנכם בחשיפה דרך נתינה.**

השקיעו בחשיפה

מה ההבדל בין פרסום לחשיפה? בפרסום אתם משלמים כסף כדי שאנשים יידעו שיש לכם מוצר מסוים. בחשיפה אתם פשוט נותנים את המוצר שלכם לאנשים ומאפשרים להם להתרשם ממנו. וההבדל הזה הוא עצום. חשיפה היא השקעה חכמה ואפקטיבית הרבה יותר מפרסום משום שהיא זולה יותר, מהירה יותר, שוקעת עמוק יותר בתודעה של הצרכנים ויש לה השפעה ארוכת טווח עליהם. זכרו, פרסום הוא בדרך כלל יקר, חד-פעמי, ריק מתוכן ומרוחק מצרכנים. לעומת זאת, חשיפה מאפשרת לצרכנים "להתקרב" אל המוצר, לגעת בו, למשש אותו ולזכור אותו כחוויה. לכן, אם תשקיעו בחשיפה התוצאות שלכם יהיו טובות עשרות מונים מאשר בהשקעה בפרסום, כי בפרסום אינכם נותנים דבר לצרכנים.

כדי לקבל עליכם לתת משהו בחינם

כדי לקבל משהו עליכם לתת משהו בחינם. זו אחת מנוסחאות המכירה היעילות ביותר. אלא שרוב האנשים פוחדים לתת בחינם. הם חוששים "להפסיד", להיראות חלשים, להיתפס כנואשים. מי שנותן בחינם מעיד

בהתנהגותו ש"יש" לו מאיפה לתת. הוא נותן את המוצר שלו כי הוא מאמין בו, כי הוא יודע שהמוצר הוא טוב, כי הוא משוכנע שברגע שכמה עשרות או מאות צרכנים ישתמשו במוצר וייהנו ממנו – הם כבר יפיצו אותו הלאה. תמיד תזכרו, **מוצר טוב הוא מוצר שבסופו של דבר מפיץ את עצמו** ומתפשט כשריפה בשדה קוצים. אבל כדי להגיע למצב של **הפצה טבעית** עליכם לתת את המוצר למספיק אנשים כדי שאלה יהיו **המפיצים האמיתיים שלכם**.

במקום להוציא כסף – תנו את מה שלא עולה לכם גרוש

פרסום עולה כסף, ובדרך כלל הרבה כסף. אבל, המוצר שלכם אינו עולה לכם כמעט דבר. **עסקים מצליחים** נותנים את המוצר שלהם בחינם או בחצי חינם משום שעלות המוצר היא הנמוכה ביותר מבחינתם. לכן, הכי כדאי לכם לתת את המוצר שלכם בחינם מאשר לתת כסף על פרסום שווא. שימו לב, גם החברות הגדולות ביותר נותנות את המוצר שלהם בחינם, והן אינן נואשות. למשל, חברות ענק כמו קולגייט מחלקות דוגמיות בחינם או משיקות משחות שיניים חדשות במחירי חשיפה זולים במיוחד, מחירים שזולים בכמעט 70% ממחירם בשוק. זכרו, אין לכם ממה להתבייש

כשאתם נותנים מוצר בחינם או בחצי חינם כי אתם בחברה טובה. **תנו את מה שלא עולה לכם גרוש – אבל שווה כל גרוש עבור הלקוחות שלכם**, ותקבלו מהם חזרה את כל התמורה ועוד יותר.

ככל שתתנו יותר – כך תקבלו יותר

אחד החוקים הבסיסיים במכירות הוא זה: ככל שתתנו יותר – כך תקבלו יותר כי אתם פועלים בהתאם לחוק השפע. חוק השפע אומר כך: **מי שמרגיש ומתנהג כאילו יש לו – יש לו**. כלומר, ככל שאתם נדיבים יותר, מעניקים יותר ושופעים יותר – כך אתם באמת הופכים לשופעים יותר. האינטרס שלכם הוא לתת כמה שיותר, בכמות גדולה יותר, בנדיבות אדירה יותר, בזרם הולך וגובר. והתוצאה של מעשה זה תפתיע אתכם כל פעם מחדש. כי ככל שתתנו יותר כך תגלו שאתם מקבלים עוד יותר בחזרה. לעומת זאת, אנשים שמתקמצנים בנתינה, שפוחדים לתת, ששומרים את הכול לעצמם ושדורשים מחירים גבוהים במיוחד על המוצרים שלהם – בעצם משדרים "אין לי". וככל שהם אינם נותנים מעצמם – כך מצבם נעשה גרוע יותר ויותר, עד שהם צריכים ללוות כספים, להתחנן לעזרה ולעשות אלפי מניפולציות כלכליות רק כדי לשרוד.

ככל שתעמיקו בנתינה – כך תרכשו מעמד ועוצמה

נתינה היא קסם. זכרו זאת, כי זאת האמת לאמיתה. ולכן, עסק נדיב ונותן הוא עסק מבורך. אם תתנו את מה שאתם ממילא אוהבים לתת, ואם הנתינה שלכם תהיה שופעת וחסרת גבולות – כך תרכשו מעמד, תשומת לב, הערכה, עוצמה וכוח אצל קהל הלקוחות שלכם. אל תפחדו להעמיק בנתינה. אל תחששו מכך שתפסידו. אין שום סיכוי שבעולם שתפסידו משום שנתינה גוררת בהכרח קבלה על פי חוק האיזון. כל שעליכם לעשות הוא להתחיל בתהליך בכך שתתנו – והתהליך ינוע כבר מכוחו שלו. אם תתמידו בנתינה מספיק זמן – התמורה תתחיל לזרום אליכם חזרה.

איך חושפים עסק חדש?

פתחתם עסק חדש? רוצים לחשוף את עצמכם? עשו זאת דרך חשיפת תוכן ולא דרך פרסום. תנו את המוצר שלכם בחינם בכל דרך אפשרית ותקבלו חשיפה אדירה

ישירות לצרכנים. אתם יכולים לעשות שימוש באינטרנט, בכרטיסי ביקור, בדוגמיות, בפליירים, בהרצאות חינם, בחלוקה ממוקדת, בשיטת מפה לאוזן, בשיתופי פעולה עם בעלי עסקים נוספים או בהתנסות ראשונית בחינם. כל האמצעים כשרים בשלב החשיפה הראשונית והכניסה האגרסיבית לשוק. יותר מאוחר, כשתהיו כבר מוכרים, תוכלו לגבות את מלוא התמורה עבור השירות או המוצר שלכם, אבל בשלב הראשון תנו בחינם, פשוט תנו. רק כך תצרו **גרעין לקוחות** שיעשה עבורכם את עבודת הפרסום האמיתית.

חשיפה חכמה היא חשיפה רחבה

חשיפה חכמה היא חשיפה רחבה ככל האפשר. אל תבחלו בשום ערוץ או כלי תקשורת. אל תשפטו מראש מה ילך ומה פחות. פשוט התחילו להפיץ את הבשורה שלכם בכל דרך אפשרית ובכל שיטה אפשרית. ככל שתהיו רחבים יותר, כך "תדוגו" יותר נסיינים. **נסיינים הם האנשים הראשונים המוכנים להתנסות במוצר שלכם**, והם האנשים הכי קריטיים **בעסק המצליח** שלכם. הם אלה שיקבעו אם **תצליחו** או לא. לכן עליכם לתת להם את המוצר הטוב ביותר, את היחס הטוב

ביותר ואת הרושם המעולה ביותר. את המסר הזה הם יעבירו הלאה, והם יעשו זאת מיוזמתם, ובחינם.

שיטת הפרסום הטובה ביותר

שיטת הפרסום הטובה ביותר היא פה לאוזן . אלה הנסיינים שלכם, גרעין הלקוחות שלכם, המפיצים הטבעיים שלכם וכמובן הלקוחות החוזרים שלכם. כל הקבוצה הגדולה הזו היא קבוצת השיווק האמיתית שלכם, והיא כולה ממומנת לחלוטין בחינם!! אינכם צריכים להוציא אגורה שחוקה אחת עבור פרסום, כי יש לכם קבוצת פרסום שהתגיסה לעבוד עבורכם – ובחינם. זוכרים את הנתינה בחינם? מכיוון שידעתם לתת בחינם – אתם תקבלו בחזרה קבוצות פרסום שיעבדו עבורכם גם בחינם. כך בדיוק עובד חוק השפע. רק מי שלא נותן בחינם – משלם על פרסום בכסף אמיתי. אבל מי שנותן בחינם – מקבל גם פרסום בחינם.

מהו קמפיין אפקטיבי?

קמפיין פרסום אפקטיבי הוא קמפיין ממוקד, בעל מסרים אחידים שחוזר על עצמו כמו תפילה, בדיוק באותה הצורה, כל פעם מחדש. קמפיין אפקטיבי כזה חייב להתנהל מספר חודשים ברצף, עליו לחזור על עצמו מספר רב של פעמים, בצורה קצרה ויעילה – עד שהמסרים שבו מוטמעים ומופנמים אצל הקהל שנחשף אליו. קמפיין אפקטיבי הוא קמפיין שפונה אל החלק הלא-מודע של קהל הצרכנים שרואה אותו ושותל בתוכו מסרים לפעולה. ככל ששתילת המסרים אפקטיבית ועמוקה יותר – כך הצרכנים יפעלו בצורה נחושה יותר כדי לרכוש את המוצר המפורסם.

הסוד טמון בחזרתיות

כל חשיפה מבוססת על חזרתיות. **לחשיפה חד-פעמית אין שום ערך, כי היא הולכת לאיבוד עוד לפני שהיא הצליחה בכלל להשפיע**. לעומת זאת, חשיפה רב-פעמית היא חשיפה בעלת משקל והשפעה אפקטיבית על קהל הצרכנים משום שהיא חודרת לזיכרון לטווח ארוך שלהם. לכן, עליכם לחזור שוב ושוב על חשיפת המוצר או השירות שלכם בצורה שיטתית. אם תעצרו בשלב כלשהו – אתם מחמיצים את התנועה, את ההטמעה, את החזרתיות וכל אפקט החשיפה שלכם נמוג ונעלם. הקפידו אם כן לחזור שוב ושוב ובאותה

הצורה על מסרי החשיפה שלכם, כדי להגיע לתוצאות
ולהצלחה.

הטמעה לא מודעת של מסרים קבועים

**בחשיפה נכונה – המסרים נותרים למעשה זהים
כמעט לחלוטין.** אתם יכולים לבצע שינויים מינוריים,
שינויים כמעט בלתי נראים של המסרים שלכם. אבל
עיקר הרושם חייב להישאר זהה לחלוטין. הטעות של
רוב האנשים היא שהם מנסים להיות יצירתיים
בחשיפה. הם כל פעם משנים את השיטה שלהם, את
התוכן של המסרים שלהם ואת הרעיונות שלהם, כי הם
רוצים לנסות משהו אחר. הם חוששים שאנשים אולי
ישתעממו ממסרים קבועים או שזו שיטה לא מתחכמת
ולא חכמה לכאורה לחזור כמו תוכי על אותם מסרים,
אבל האמת היא שכאן בדיוק נעוצה הטעות שלהם.
זכרו, הדרך האפקטיבית היחידה להשפיע היא לחזור
על אותם מסרים שוב ושוב עד שהם נטמעים בתת-
מודע, בזיכרון לטווח ארוך, באותו החלק המניע את
הצרכנים לפעולה.

לא לשנות את המסר

אחד הסודות של **עסק מצליח** היא לא רק אחידות המסר אלא קביעות המסר. עסק שמשנה את הלוגו שלו או את השם שלו או את המיתוג שלו או את התוכן שלו מספר רב של פעמים – פשוט נעלם. אנשים שונאים עסקים לא עקביים כי נודף מהם ריח חזק של הונאה, של עוקץ, של שקר ושל אחיזת עיניים. **כדי שמהו יהיה אמיתי עליו להיות קבוע לאורך זמן רב**. לכן, אל תשנו את המיתוג, השם, המסרים והלוגו של העסק שלכם. שמרו על קביעות במסרים, הפגינו נאמנות ואמינות לדרך שלכם, היו עקביים ויציבים – **והצלחה** שלכם בו תבוא.

לסיכום, עסק מצליח מבוסס על חשיפה זולה ואפקטיבית. נקודה.

למדו לתת בחינם מבלי לפחד, הימנעו מפרסום בכסף, למדו לחשוף את המוצר או את השירות שלכם לכמה שיותר אנשים כדי ליצור גרעין לקוחות שיפיץ אתכם ויפרסם אתכם בחינם. האמינו בהפצה מפה לאוזן. הקפידו על העברת מסרים אחידים וקבועים לקהל

הצרכנים וצרו חשיפה מתמשכת לאורך זמן כדי
להטמיע את המסרים שלכם בלא-מודע של הצרכנים.
אלה החוקים הפשוטים של החשיפה הזולה
והאפקטיבית. אם תשמרו עליהם – מובטחת לכם
הצלחה גדולה!



העיקרון ה-7: **לא להתאמץ מדי**

מאמץ מוגזם
תמיד נובע מפחד

אם אתם רוצים להקים **עסק עצמאי מצליח** ולראות
תוצאות מהירות – אל תתאמצו יותר מדי ואל תהרגו
את עצמכם. זוהי הטעות הנפוצה ביותר אצל בעלי

עסקים מתחילים. מרוב שהם רוצים להיות מיליונרים
ברגע, מרוב שהם רוצים כבר **להצליח**, מרוב שהם כבר
רוצים להגיע למטרה – הם נותנים את כל מה שיש להם
ורצים בטירוף קדימה, מבלי לחשוב ובעיקר מבלי
להרגיש מה קורה איתם ומה נעשה סביבם.

פחד מוביל להפסדים

זכרו, מאמץ מוגזם בעסק נובע מפחד, ופחדים מובילים
תמיד רק לדבר אחד והוא – הפסדים. אנשים רצים
קדימה אל חזון העושר האינסופי כי הם פוחדים שהזמן
יברח להם מהידיים, כי הם חוששים מכישלון, כי הם
הציבו לעצמם יעד "לפרוש עשיר בגיל צעיר", כי הם לא
בטוחים **שיצליחו**, כי הם חושבים שזה בלתי אפשרי
להצליח, ואולי כי הם פשוט מפוחדים מעצמם, מהחיים
ומכסף. כך או כך, מאמץ מוגזם בעסק מדיף ריח של
פחד, ופחד מבריח באופן לא-מודע את הלקוחות, את
הספקים, את העסקאות הטובות ואת שורת הרווחים.

התחילו כל בוקר בצורה שקטה ורגועה

קומו כל יום בשקט, ברוגע ובשלווה, ואם אתם מתקשים בכך – נסו להרגיע את עצמכם עד שתצליחו. זכרו, להיות עשיר ובעל **עסק מצליח** מחייב אתכם קודם כל להיות עשירים **ומצליחים** בתוך עצמכם. אם בפנים אתם לחוצים, נמהרים, פזיזים, עצבניים ודחוקים אל זווית פינה – אין סיכוי שתהיו באמת בעלי **עסק מצליח** ומשגשג כי אתם בפנים דועכים ומתים, נרקבים ונלחצים. לכן, התחילו כל בוקר ממקום של שקט פנימי, כדי שתוכלו להיזכר כל בוקר במקור **להצלחה** שלכם, במקור לכל העושר שלכם, במקור לכל ההתקדמות שלכם – וזה אתם.

התהליך חשוב לא פחות מהתוצאה

תהליך הקמת עסק משגשג ומצליח הוא חשוב לא פחות מאשר התוצאה. למעשה, הוא חשוב אף יותר מהתוצאה, כי בלעדי התהליך לא תהיה תוצאה. חשוב על זה כך, עץ גדל במשך שלושים שנים עד שהוא הופך לעץ משגשג, אדיר, רחב גזע ומגביה עלים. אותו הדבר **בעסק מצליח.** אין סיכוי **להצליח** בתוך יומיים או שלושה, אלא רק לאורך תהליך שיטתי ומובנה של התקדמות יומימית ושיטתית הנפרשת על פני שנים.

אי אפשר להיות גדול ביום אחד

- רוב האנשים רוצים לרוץ מהר, מהר מדי. זו הסיבה
- מדוע רוב האנשים המקימים עסקים עצמאיים נכשלים ונופלים בפעם הראשונה. הם רוצים להגיע למכה הגדולה ולשורה התחתונה כמה שיותר מהר, אבל האמת היא שאין שורה תחתונה ואין מכה גדולה, כי **עסק מצליח** מתקדם עוד ועוד ללא סוף והתהליך הוא הדבר הקריטי ולא לאן הגעתם. עסק טוב מתחיל מקטן, הוא מתחיל מלמטה למעלה, והמסע אל **העסק המצליח** הוא כמו מרתון ארוך ואיטי. מי שיש לו סבלנות יצליח ומי שלא – לא. דווקא מה שמתחיל בגדול וברעש – ייגמור בקטן ובהיחבא. **עסק שמתחיל מלמעלה למטה תמיד ייכשל, כי אין לו שורשים והוא תמיד באוויר**. אבל עסק שמתחיל בקטן ונבנה כל הזמן, ללא מאמץ אך בתנועה מתמדת כלפי מעלה – יגדל עוד ועוד ללא מעצור.

אפשר לגדול כל יום

רוב האנשים רוצים **להצליח** עכשיו ומייד, ואם אפשר אז אתמול. כדי לחסוך את תהליך הגדילה המייגע

מבחינתם הם נכנסים למינוף, להלוואות, לפרסום בזבזני וראוותני ולגדילה מהירה מדי. הם חושבים שאם יתנו פוש גדול בהתחלה ויעשו רעש אדיר – העסק שלהם ינסוק לשחקים תוך מספר שבועות או חודשים. אבל זה לא עובד כך. אחרי שהאבק שוקע – העסקים הללו נותרים עם חובות גדולים והישגים מועטים. כדי להיות בעל **עסק עצמאי מצליח** עליך לעבור את כל השלבים של **עסק מצליח**, ולא לדלג מעליהם. מתחילים בייצור נקודתי ומקומי, מתפתחים, משכללים שיטות, עושים שלב ועוד שלב ועוד שלב, ובכל פעם מתקדמים צעד ומתקדמים עוד צעד והתהליך הזה הוא אינסופי ומהנה – וזה מה שיפה בו!!

תהליך הגדילה **הוא תהליך איטי, שיטתי ואמיתי**

אל תחפשו את המכה הגדולה... כי היא לא באמת קיימת! תהליך הגדילה חייב להיות אמיתי ולכן אסור לדלג על שלבים, אלא בכל פעם לעשות את המקסימום בשלב בו אתה נמצא ולחשוב על השלב הבא. ואחרי שמיצית את השלב הבא אתה חושב על השלב שלאחריו. זו גדילה עסקית בריאה, נבונה, **מצליחנית** ואמיתית. מי שחושב עשר צעדים קדימה ומנסה לקפוץ ולהגיע לשם עכשיו – לא יישאר בשוק הרבה זמן. כמו

כוכב שביט הוא יעבור בשמיים ו אז ייפול אל האופק מבלי להשאיר כל רושם או חותם . עסק עובד ממש על פי אותם כללי צמיחה של הטבע – **תינוק לא גדל ביום אחד, ואדם לא מבין מקצוע ביום אחד.** חייבים לעשות תהליך.

כשאתם מתאמצים ונותנים יותר מדי – אתם מקבלים מעט מדי

הסיבה שאנשים משקיעים יותר מדי בעסק שלהם – היא משום שהם פוחדים מכישלון או מהצלחה. אל תתאמצו יותר מדי, זהו אחד הסודות הגדולים **בעסקים מצליחים.** שימו לב, אם אתם באמת מאמינים שמגיע לכם להתעשר ולהיות בעלי **עסק מצליח** – מדוע אתם צריכים להתאמץ ולהרוג את עצמכם מרוב השקעה? זכרו, כשאתם מתאמצים ונותנים יותר מדי – אתם מקבלים מעט מדי משום שזהו חוק האיזון בטבע. לפי חוק האיזון של הטבע – עליכם לתת בצורה מדויקת. אל תתנו פחות מדי ואל תתנו יותר מדי – תנו בדיוק. והמידה הנכונה היא 60%.

חוק ה-60%

חוק ה-60% אומר דבר פשוט מאוד: **אם תשקיעו 60% מאמץ בעסק שלכם בצורה קבועה, שיטתית ויומיומית אתם תקבלו 100% תמורה ותפיקו את מלוא הפוטנציאל שלכם.** 60% זהו המאמץ האידיאלי, האופטימאלי, הנעים, הכי יפי. כל מה שפחות או מעבר ל-60% יביא אתכם להפסדים. שימו לב, אם תתנו 120% מאמץ בעסק שלכם אתם תהיו בהפסדים קבועים של 30%. אם תתנו 150% - אתם תגיעו להפסדים של 50%. ואם תתנו 200% - אתם גם תפשו את הרגל וגם תתמוטטו מבחינה פיזית ורגשית. חוק ה-60% הוא חוק גאוני. הוא משלב שיקולים כלכליים עם מציאות רגשית, נפשית ופיזית. הוא אומר לכם בעצם איפה עובר הגבול בין **הצלחה** וביטחון לבין חרדה וכישלון.

קחו את הזמן והיו סבלניים

אתם חייבים להיות רגועים וליהנות מתהליך הקמת העסק. זכרו, אם תהליך ההקמה וההרצה של העסק מלווה בוויכוחים רבים, במתחים אינסופיים, בצעקות, בריבים, במתח, במאמץ מטורף, בשעות לא שעות – העסק שלכם ייפול. הוא לא יחזיק מעמד – כי העסק זה אתם, ואתם הורגים את עצמכם. כל הרעיון הוא לקחת

את הזמן, להיות סבלניים ובינתיים ליהנות מכל רגע.
פשוט ליהנות מכל רגע ולהתענג עליו.

חוק 7 השנים

עסק מצליח הוא עסק של 30 שנה ולא עסק של 3 חודשים או אפילו 3 שנים. למעשה, **עסקים משגשגים** באמת הם תמיד עסקים שצריכים לעבור ב **הצלחה** את מבחן חוק 7 השנים. חוק 7 השנים אומר: **אם עסק משגשג ומצליח במשך 7 שנים – הוא עסק אמיתי שיאריך ימים וישרוד גם את 30 השנים הבאות.** אבל, עסק חי ומתפקד במשך שנה או 3 שנים ואפילו 5 – לא בהכרח יהיה איתנו בעוד 5 שנים. עליו להוכיח את יציבות הצמיחה **וההצלחה** שלו במשך 7 שנים רצופות!

אל תתעצלו ואל תשחקו את עצמכם

הקמת **עסק עצמאי מצליח** דומה למשחק בעל חוק אחד והוא חוק האיזון. **אם תפעלו בצורה שקולה, מאוזנת ונכונה לאורך זמן רב – ההצלחה מובטחת לכם ב-100%.** לא פחות מ-100%. אבל אם תסטו מהנוסחה – הכישלון מובטח לכם, גם ברמת וודאות של

100%. הקמת **עסק מצליח** דומה להליכה על חבל דק. עליכם לשמור על האיזון כל הזמן. רגע אחד לא שמתם לב – והתהום כבר קוראת לכם. רגע אחד של חוסר תשומת לב, ואתם עלולים לאבד את שיווי המשקל וליפול מהחבל. לכן, עשו לכם הרגל קבוע – מצד אחד, אל תתעצלו לגבי העסק שלכם ואל תצפו שהוא יצמח מעצמו. מצד שני, אל תשחקו את עצמכם ואל תתאמצו יותר מדי.

תנו השקעה קבועה

תנו השקעה קבועה ומדויקת כל הזמן. שמרו על מתח בריא – לא על מתח הורג והורס. תמיד תשאירו לעצמכם שולי זמן, אנרגיה ומנוחה כדי לצבור כוחות, כדי שתוכלו להמשיך במסע, כדי **שתצליחו** לסיים את המרתון. הקמת **עסק עצמאי מצליח** היא מרתון המחייב ריצה זהירה, איטית יחסית אבל עקבית ולאורך זמן. הקמת **עסק מצליח** אינה ריצת ספרינט שבה אתם נותנים השקעה אדירה לטווח קצר שלאחריה אתם מתמוטטים ומוצאים את עצמכם עם הלשון בחוץ.

השקעה נקודתית והשקעה מצטברת

אם כל יום תתנו השקעה נקודתית נכונה וכייפית של 60%, וכל משימה שיש לכם תעשו עד הסוף, באכפתיות, בתשומת לב, ברוגע ובצורה חכמה ויסודית – תתקדמו כל יום צעד אחד קטן לקראת המטרה שלכם. באופן מצטבר – אתם תתקדמו מאוד מהר כי כל יום אתם מביאים הביתה 100% רווח. הבעיה של רוב האנשים שיש להם "ימים טובים" ו"ימים רעים". יש ימים שהם משקיעים יותר מדי, למשל, הם משקיעים 120%. ויש ימים שלא בא להם להשקיע בכלל ואז הם נותנים רק 20% מאמץ. הטרגדיה היא שהתוצאה המצטברת של השקעה מזגזגת שכזו היא 0%. למה? מאוד פשוט. כפי שכבר ראינו, מאמץ של 120% טומן בחובו הפסד של 30% ואילו מאמץ של 20% טומן בתוכו רווח קטן של 30%. כך שבסופו של דבר אנשים כאלה מגלים שהם עובדים המון – ולא מרוויחים בעצם כלום. פשוט אפס.

למדו להיות אחראיים אבל לעצור במקום הנכון

השאלה הגדולה של הרבה אנשים היא "מתי יודעים שצריך לעצור?". מה שהם שואלים בעצם היא היכן

נמצאת נקודת ה- 60% המסתורית והרווחית?
והתשובה על כך היא פשוטה – **אתם עוצרים במקום שכואב**. במקום שאתם מתחילים להרגיש לחוצים, עצבניים, מתוחים מדי. בדיוק כמו בתרגיל מתיחות ביוגה. אתם מותחים את השריר עד למקום שבו אתם מרגישים כאב. בדיוק במקום הזה אתם מפסיקים ולא ממשיכים הלאה, משום שהגוף מאותת לכם לעצור בדיוק במקום הנכון. לכן, זכרו – היו אחראיים ותנו שירות מעולה ועקבי ללקוחות שלכם, אבל ברגע שאתם מרגישים שזה יותר מדי עבורכם ושאתם כבר לא יכולים, עליכם לנוח, עליכם להפסיק לאותו היום, עליכם לקחת מנוחה, ללכת לים, להירגע, לעשות קניות או פשוט ללכת לישון, כי שום דבר טוב כבר לא יצא מהיום הזה. עשיתם את המקסימום, עכשיו תלכו ותיהנו.

לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על מאמץ מדויק ולא גדול מדי.
נקודה.

עסק מצליח מבוסס על כייף יחד עם אחריות. **אם אין כייף – אין כסף. אם אין אחריות – גם אין כסף.** רק השילוב בין השניים יביא אתכם לניצחון המיוחל. לכן,

למדו לא להתאמץ מדי ולא להתעצל כי כך רק תפסידו.
שמרו על חוק ה-60%. הקפידו לבנות את העסק שלכם
לטווח ארוך ותנו לו לגדול במשך 7 שנים עד שתגיעו
למנוחה ולנחלה. אל תחפשו את המכה הגדולה אלא
הפנימו את האמת: **אפשר לגדול כל יום, אבל אי**
אפשר להיות גדול ביום. אם תשמרו על הכללים
הפשוטים הללו – זו רק שאלה של זמן, כי ה **הצלחה**
שלכם תהיה מובטחת לכם ב-100%!!!



העיקרון ה-8: **ללמוד נכון**

**אוניברסיטה היא
בזבוז מוחלט של הזמן**

עסק מצליח מבוסס קודם כל על ידע מקצועי, מעמיק ומעשי הנותן לבעל העסק את היתרון שאין לאחרים. ללא ידע – עסק עצמאי לא יכול להתקיים. אולם השאלה החשובה היא איזה ידע הוא קריטי להקמת עסק עצמאי **מצליח** ואיזה ידע הוא מיותר לחלוטין? נתחיל בכך שידע אקדמאי הוא מיותר לחלוטין עבור **עסק עצמאי מצליח**. למעשה, רוב העסקים הגדולים בעולם ומרבית החברות **המצליחות** והעשירות הוקמו על ידי אנשים שלא למדו באוניברסיטה – ולא במקרה. הידע האקדמי אינו בעל ערך בעשורים האחרונים, כי הוא מיושן, לא מעשי ותיאורטי מדי.

למדו באוניברסיטת החיים

מה שתלמדו באוניברסיטה בשנה או שנתיים תלמדו באוניברסיטת החיים ביום או יומיים. למעשה, כל דבר שתוכלו ללמוד באקדמיה – תוכלו ללמוד טוב יותר, עמוק יותר ואמיתי יותר באוניברסיטת החיים. אלא שהטעות של רוב האנשים שהם עדיין מאמינים במה שנקרא "מוסדות אקדמאיים", בגלל ההילה שלהם והתחושה המכובדת שהם מעניקים כביכול, והם מוכנים לשלם הון תועפות כדי לקבל תעודה ממוסדות אלה. אנשים משקיעים בממוצע בין 150,000 ל-300,000 ₪ לצורך רכישת תארים אקדמיים. זוהי אחת ההוצאות

הבזבזניות ביותר של עסק עצמאי, וגם המיותרות ביותר.

לימוד חוזר

שני דברים עליכם לזכור, הדבר הראשון הוא **שעסק מצליח** אמיתי אף פעם לא קם בזכות תעודות או לימודים אקדמיים, אלא דווקא למרות תעודות ולימודים אקדמאיים, משום שלימודים אקדמאיים מחבלים באינסטינקטים החייתיים הבריאים שלנו, ממקדים את תשומת הלב במוח המודע ולא במוח הלא מודע, ומכשירים אותנו לחשוב בצורה שבלונית וצייתנית. הדבר השני הוא **שעסק מצליח** הוא עסק שמשקיע רק **בלימוד חוזר** ולא **בלימוד מקדים**. לימוד מקדים הוא לימוד שנעשה לפני שהעסק הוקם וכחלק מההכנה לקראת הקמתו. לימוד חוזר הוא לימוד שנעשה אחרי הקמת העסק ולאחר **הצלחתו** הראשונית.

היתרונות הרבים של הלימוד החוזר

היתרונות של לימוד חוזר הם עצומים: ראשית, **לימוד חוזר הוא לימוד שממומן על ידי הלקוחות שלכם והוא**

חוסך לכם הלוואות, עלויות מימון וחובות. רוב האנשים לומדים לפני שהם מקימים עסק עצמאי, ואז עליהם לממן בעצמם את הלימודים או ליטול לשם כך הלוואות וחובות, בעוד שמי שמחליט ללמוד רק אחרי שהעסק שלו כבר עובד ומתקדם יש כסף המגיע מהעסק עצמו. זכרו, אל תשקיעו בלימודים מהכסף שלכם, אלא רק ממימון חוזר של העסק – זוהי השיטה האמיתית **להצלחה**. לכן, כשאינן לכם כסף – אל תלמדו. רק אם יש לכם כסף החוזר מהעסק שלכם אתם יכולים ללמוד. שנית, **הלימודים החוזרים הם הלימודים הממוקדים ביותר שיהיו לכם, ולכן גם האפקטיביים ביותר עבור העסק המצליח שלכם.** רוב האנשים לומדים לפני שהם יודעים באמת מה הם רוצים לעשות בחיים. הם מבזבזים זמן וקשב על שנים של למידה מפוזרת שאינה תורמת כמעט דבר **לעסק המצליח** שהם יקימו ביום מן הימים. לעומת זאת, לימוד חוזר מאפשר לכם ללמוד רק את הדברים שתורמים באופן מוכח וישיר לעסק שלכם – ללא שום בזבז מיותר. **שלישית, לימוד חוזר הוא אינו לימוד אקדמאי מורחב אלא לימוד תעודה ממוקד, ולכן הוא קצר יותר, מהיר יותר ובעיקר – חכם יותר.** בממוצע רוב האנשים לומדים באוניברסיטה בין 4 ל-6 שנים שמתוכם כמות הידע האפקטיבי שבאמת מסוגלת לתרום לעסק אינה עולה של 5%. לימוד חוזר לעומת זאת הוא לימוד קצר וממוקד של מספר חודשים לכל היותר. זהו לימוד חכם

ביותר כי הידע האפקטיבי הקיים בו, אשר תורם ישירות
לעסק המצליח, עולה על 70%.

איך לומדים?

מי שמחליט ללמוד – חייב לדעת תחילה איך ללמוד.
רוב האנשים בכלל אינם יודעים ללמוד. הם משננים,
קוראים בעומק את החומר, מנסים להבין, משתדלים
לזכור בעל-פה – ובסופו של דבר לא זוכרים כמעט
כלום, ומפיקים מעט מאוד מהידע מבחינה מעשית.
זכרו, אם אינכם יודעים איך ללמוד – אל תלמדו כי
אינכם תורמים לעצמכם דבר. עדיף שתחסכו את הכסף
על דברים חשובים יותר. ביסודו של דבר, **לימוד**
אפקטיבי הוא לימוד שעוסק בטכניקות של לימוד ולא
בחומר הנלמד. בלימוד אפקטיבי אנחנו מנסים ללמוד
איך ללמוד ולא מה ללמוד, כי ניתן ללמוד כל דבר. לימוד
אפקטיבי הוא לימוד שמטרתו המוצהרת והיחידה היא
הפיכת הידע לכלי מעשי בעולם הפרקטי ולא לכלי
להתרברב בו, לנפח את האגו או להניח אותו כאבן שאין
לה הופכין בתוך איזה תעודה ממוסגרת.

קורסים, סדנאות
ספרים, יעוץ אישי, עבודה וניסיון חיים

במקום לימודים "גבוהים" שהם לימודים בזבזניים ותיאורטיים לחלוטין הקפידו ללמוד בצורה מעשית ואפקטיבית דרך כלים פשוטים כמו, קורסי תעודה ספציפיים המעניקים לכם הכשרה מסודרת בתחום מאוד מוגדר תוך מספר חודשים, סדנאות העשרה ממוקדות המסוגלות להרחיב ולהעמיק בצורה ניכרת את השכלתכם בתחום המומחיות שלכם, ספרים הם משאב אדיר ללימודים כי יש בהם ידע מסודר שאנשים עמלו עליו במשך שנים כדי להגיש לכם אותו בצורה נוחה, יעוץ והנחייה אישית גם הם יגבירו בצורה דרמטית את אחוז הידע המעשי שלכם כי יועצים טובים יחסכו לכם שנים של מחלות ילדות וטעויות של מתחילים, עבודה עם או תחת מאסטר המומחה בתחום שבו אתם עוסקים תעניק לכם הכשרה מעולה וידע אדיר ומעשי שנצבר במשך עשרות שנים של **הצלחה** מוכחת בשטח, וכמובן ניסיון החיים האישי שלכם שאותו תצברו דרך המעשים שלכם הן בעסקים שלכם והן בחיים הפרטיים שלכם. כל אלה יעניקו לכם עוצמת לימוד אדירה ובלתי ניתנת לעצירה, שתהפוך אתכם לאנשים **המצליחים** ביותר בתחומכם!!

ייבוא ידע

העולם מבוסס על ייבוא וייצוא. אל תזניחו את יבוא הידע, כי הוא אחד מערוצי היבוא המשמעותיים ביותר הקיימים, הרבה יותר מיבוא מכשירים ומוצרים. יבוא ידע הוא תעשייה "נסתרת" במידה רבה. זוהי תעשייה פרטית שנעשית על ידי יחידים ולא בצורה מסודרת. אבל תעשייה זו היא חשובה עבורכם ביותר, כי היא יכולה לתרום לעסק שלכם טכנולוגיות עבודה אפקטיביות במיוחד, שלעולם לא תוכלו למצוא בשוק המקומי, כמו גם יתרון יחסי בתחרות המקומית. פתחו את העיניים, הסתכלו מה קורה מעבר לים במקומות הקובעים והמשפיעים ביותר בעולם כמו ארצות הברית, אירופה ויפן. הביאו משם ידע, ספרים, סדנאות, קורסים, גישות ושיטות עבודה. זכרו, ישראל היא ביצה קטנה ומנומנמת. היא אינה מרכז העולם אלא השוליים הדקים של אימפריות ידע עצומות ואינסופיות הממתינות לנו במערב ובמזרח. בבסיס העניין, **הידע המערבי הוא ידע מעשי ופרקטי שיסייע לכם איך לעשות דברים.** לעומת זאת, **הידע המזרחי הוא ידע רוחני ורגשי שיסייע לכם איך ליצור דברים ולגרום להם לקרות.** השתמשו בשני מקורות הידע המדהימים הללו.

רכשו רק ידע מוכח ומצליח

כשאתם רוכשים ידע – אל תרכשו ידע ללא אבחנה.
רכשו רק ידע מוכח ו **מצליח**. ידע של אנשים שעשו את
זה, אנשים שהצליחו או אנשים שיש להם תעודות
הצלחה ברורות ומוחשיות. **לכו ישירות אל המנצחים**
הגדולים ולמדו רק מהם. אל תבזבזו את זמנכם על
חקיינים או על שרלטנים חסרי כל. ועוד דבר חשוב
ביותר, אחת השיטות האפקטיביות ביותר לרכוש ידע
מצליח שיתרום לכם המון ושישנה את הבנתכם
ותפיסתכם היא לפנות אל המקורות ולחפש את הידע
הישן והטוב. לפני 50, 70 ומאה שנים, לעיתים אף 200
או 300 שנים, נכתבו יצירות המופת הגדולות ביותר
בכל הזמנים על ידי האנשים החכמים ביותר שדרכו על
פני כדור הארץ. רוב הידע הקיים היום בעולם הוא ידע
שטחי ו"מדולל" יחסית לידע המרוכז והשלם שהיה אז,
והוא כולו נובע ממנו. לכן, במקום להסתפק בידע
העכשווי נסו להתחקות אחרי מקורות נחלי הידע והגיעו
אל השורש, אל המעיינות הטהורים, המזינים את
האנושות עד היום. את החיפוש לכם תוכלו להתחיל
בהערות שוליים בספרים **המצליחים** של תקופתנו,
ובהמלצות אישיות וברשימות קריאה שהאנשים
המצליחים מפרסמים מטעמם.

התת-מודע שלכם
הוא מאגר ידע אינסופי

חשוב להבין שמאגר הידע הגדול והאינסופי ביותר הקיים נמצא כבר עתה בתוך ראשכם. **התת-מודע שלכם הוא מאגר הידע הגדול ביותר שאי-פעם תוכלו להיתקל בו והוא מקביל לגודלו של היקום עצמו!!** לכן, הדבר הבסיסי ביותר בלימוד אפקטיבי וחכם הוא להבין תחילה איך המוח האנושי לומד וצובר מידע, כיצד להשתמש בו וכיצד לרתום אותו למטרותיכם?

כיצד משתמשים בתת-מודע לטובתכם?

התת-מודע הוא מאגר לא מודע, שכדי להשתמש בו עליכם ללמוד איך ללמוד מבלי ללמוד. זהו הסוד הגדול של כל הזמנים לידע: לימוד ללא לימוד. מי שיודע להשתמש בידע לא מודע, נפתח אל המרחבים העצומים של הידע האדיר שכלל אינם פתוחים למי שמנסה ללמוד דרך הבנה, דרך מודעות ודרך שליטה עצמית. השימוש בלא-מודע נעשה אף הוא רק בכלים לא מודעים, אחרת זהו בזבוז מוחלט של זמנכם. אם תנסו להבין את התת-מודע ולשלוט במאגר הידע שבו - לא תרחיבו את השכלתכם כמעט בכלום. אך אם תדעו איך לעבוד עם התת-מודע ואיך לתקשר איתו בשפה

שלו, תהפכו לאנשים חכמים במיוחד, אנשים בעלי ידע
אדיר, אינטואיציה מהממת, חושים מעולים וכושר
יצירתי יוצא דופן.

מה שנכנס באופן לא מודע – יוצא באופן לא מודע

**התת-מודע הוא מאגר של ידע לא מודע שהדרך
להיכנס ולצאת ממנו היא להיות רפוי לחלוטין.** הטעות
של רוב האנשים, כמעט כולם, היא שהם מנסים להבין
תוך כדי לימוד, הם מתאמצים יותר מדי, הם מנסים
לזכור ולחבר, לשנן ולהקיש. במקום לתת ללא-מודע
לעשות את עבודת החיבור המורכבת של ידע אינסופי,
הם מנסים לעשות את כל העבודה בעצמם, ולכן הם
אינם מבינים כמעט דבר על החיים. במקום זאת, אם
תתנו לידע שמקיף אתכם להיכנס בצורתו הגולמית
לתוך נבכי התת-מודע שלכם מבלי שתתערבו בכך
ומבלי שתהרסו את הידע הזה – הגירוי שיווצר והגלים
שיתעוררו כתוצאה מתהליך זה בתוך ראשכם יגרמו
לכם לפרצי יצירתיות, לשינוי פנימי, לטרנספורמציה
ולהבנה רגשית מעמיקה של ידע מעשי.

בעל הידע האמיתי

בעל הידע האמיתי הוא אדם שמגרה את התת-מודע שלו כל הזמן באמצעות ידע מרתק וחשוב בכל התחומים, אך מניח לתת-מודע להבין בעצמו את החומר ואינו מתערב בתהליך כלל. למה הדבר דומה? לארוחה טובה שאנו אוכלים. כשאנו אוכלים ארוחה טובה אנו מזינים את גופינו ונהנים, אך איננו מפרקים את המזון שאנו אוכלים לחתיכות קטנות ומנתחים אותו, אלא פשוט אוכלים ובולעים אותו כפי שהוא. מערכת העיכול היא זו שעושה עבורנו את מלאכת המיון, הסינון וההטמעה, מבלי שאנחנו אפילו מודעים לתהליך המורכב והמסובך הזה, הדורש מיליארדי פעולות בו-זמנית. אותו הדבר עם התודעה. כדי להיות בעלי ידע אמיתי ואפקטיבי, למדו "לאכול" את הידע הרוחני מבלי לנתח ולפרק אותו לחתיכות, והשאירו לתת-מודע את עבודת המיון, הסינון, הקישור וההטמעה המורכבת, הדורשת מיליארדי פעולות בו-זמנית.

עשו שימוש ברב-ידע

רב-ידע הוא קוד שפירושו שימוש במגוון אדיר של מקורות לידע שלכם. נסו לגוון את מקורות הידע שלכם ולצבור ידע מכל מקור, מכל אדם, מכל גישה ומכל זרם **מצליח**. ככל שהמגוון שאתם מזינים את עצמכם הוא

אדיר ורחב יותר – כך הידע שלכם יהיה שלם יותר, משום שרק חיבור כל ההשקפות והגישות יאפשר לכם לראות את התמונה האמיתית, הגדולה והשלמה של העולם בו אנו חיים.

למדו לפתור בעיות ידע קונקרטיות ולא כלליות

אחת הטעויות הבסיסיות של מרבית האנשים בכל הקשור בידע, היא שהם אינם ניגשים לפיתרון בעיות בהווה אלא הם מנסים לפתור בעיות הנמצאות בעבר או בעתיד. וכך יוצא שלמעשה הם מנסים לפתור בעיות כלליות מאוד במקום לפתור את הבעיות הקונקרטיות שלהם. שימו לב, **התת-מודע הוא מאגר של ידע מיידי ונוכח הפועל את פעולתו רק בזמן הווה**. פירושו של דבר, שהוא מגיש לכם את הידע שרלבנטי עבורכם כרגע בלבד, ולא ידע שקשור לעתיד או לעבר. לכן, כשיש לכם בעיה עכשיו, התייחסו אליה עכשיו ונסו לפתור אותה באמצעות הידע העכשווי שלכם שאותו אתם חושבים כרגע. אל תחשבו בזמן הזה על הבעיות העתידיות, על הבעיות בעבר, על הידע שיהיה לכם מחר או על הידע שהיה לכם אתמול. השתמשו רק בידע העדכני והעכשווי שהתת-מודע מעלה לראשכם באופן אינטואיטיבי כרגע!! במשך הזמן תבינו את הכוח של

הרגע, ואת השימוש האפקטיבי בתת-מודע כמשאב מרכזי ב**הצלחת** העסק העצמאי שלכם.

בעידן שלנו הידע הוא הזול, הנזיל והנגיש ביותר אי פעם

שימו לב, בעידן שלנו הידע נמצא במצב הצבירה הנזיל, הנגיש והזול ביותר. רק לפני 50 או 100 שנים הידע היה במצב צבירה קפוא, מוסתר, מוצנע וקשה מאוד להשגה. **היום, בעיקר הודות לאינטרנט – כל הידע האנושי פרוש לפניכם כתמונה בהירה.** רוב הידע הוא חופשי לחלוטין, והידע האיכותי שעולה כסף - נמכר במחירים מגוחכים לחלוטין. אז עשו בו שימוש ונצלו את הזמן המדהים הזה שבו כל הידע הוא זמין וזול להפליא כדי להרחיב את כוח התודעה שלכם ואת עוצמת החשיבה הלא-מודעת שלכם.

**לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על רכישת והטעמת
ידע נכונה.
נקודה.**

אל תבזבזו את זמנכם ואת כספכם על לימודים
אקדמאים משום שהם לא יתרמו לעסקים שלכם דבר.
למדו כיצד ללמוד יותר מאשר מה ללמוד . למדו
בצורה ממוקדת ולא בצורה בזבזנית ומפוזרת. למדו רק
בלימוד חוזר ולא בלימוד מוקדם ועשו שימוש במוח
העתיק שלכם, הלוא הוא התת-מודע שלכם, כדי להיות
בעלי ידע נרחב ואינסופי. הביאו גם ידע מחו"ל ועשו
שימוש בכלים מעשיים כדי ללמוד כמו סדנאות, קורסים
קצרים וספרים. והחשוב מכל – עשו שימוש ברב-ידע
כדי לפתור בעיות קונקרטיות ועכשוויות ולא בעיות
כלליות. אם תפעלו לפי חוקים אלה ותשמרו עליהם
היטב ובאדיקות אתם תחסכו כסף רב, זמן ניכר, ובעיקר
– תצליחו להיות בעלי עסק עצמאי **ומצליח!!!**

~

העיקרון ה-9: **לנהל את הכסף**

כסף דורש ניהול כי כסף הוא כוח ואנרגיה

כדי להקים עסק עצמאי **מצליח** עליכם לדעת תחילה לנהל את הכסף שלכם. זכרו, **עסק מצליח** הוא עסק שתכליתו היחידה היא הפקת כסף, ואם אינכם יודעים כיצד לנהל כסף נכון, לעולם לא תדעו גם כיצד לנהל **עסק עצמאי מצליח** בצורה נכונה. לכן, אתם חייבים לשלוט בניהול כספים, כדי ללמוד על הקשר הישיר והעמוק בין עסק לבין כסף. הטעות הבסיסית של מרבית האנשים היא שהם מאמינים שניתן להקים **עסק כלכלי מצליח** גם מבלי להבין בכספים. זוהי טעות חמורה. שימו לב, ללא הבנה מהו בעצם כסף ומהו כוחו של הכסף – העסק שלכם לא יוכל להיות לעולם עסק כלכלי אמיתי, אלא הוא יושתת על פנטזיות, חלומות, סרטים, אידיאליזם ותעתועי שווא.

זרימת הכסף חייבת להימשך כל החיים

כל החיים עליכם להרוויח כסף. רבים סבורים שצריך להרוויח כמות מסוימת של כסף ואז ניתן לפרוש, לנוח, להירגע, להפסיק לעבוד ולהפסיק לייצר כסף. למעשה,

ברגע שזרימת הכסף נעצרת גם החיים שלכם ייעצרו בסופו של דבר, כי כסף הוא החיים בהתגלמותם. לכן, זה לא משנה כמה כסף יש לכם וכמה כסף אין לכם. העיקר הוא זה – לעולם אל תעצרו את זרימת הכספים אלא המשיכו אותה כל חייכם עד יום מותכם. אל תדכאו קבלת כספים לעולם ואל תקפיאו את כספכם, כי הקפאת כספים כמוה כהקפאת חייכם שלכם.

מדוע הקמת עסק עצמאי חדש מחייבת לצידה הכנסה קבועה?

אנשים רבים מנסים להקים עסק עצמאי כשהם מובטלים. זוהי התחלה גרועה מאוד לעסק, כי כל הלחץ של הפרנסה מוטל על העסק שעוד לא נולד ומשום שאתם לחוצים בזמן וחייבים לראות תוצאות מהר, אחרת לא יהיה לכם כסף לאוכל ולמגורים. **לעולם אל תהיו מובטלים**, כי זרימת הכסף חייבת להימשך כל חייכם. עבדו במקום עבודה כלשהו ובמקביל התחילו להקים עסק משלכם בשעות הערב ובסופי השבוע. כדי **להצליח** באמת בעסקים עליכם להיות מחוברים לשגרת היום-יום כל הזמן, כי שגרת החיים היא מנוע הצמיחה האמיתי והיחיד לעשיית כסף גדול ו **להצלחה** אמיתית בעסקים. שימו לב, הדחף לכסף נובע מחיבור עמוק לחיים עצמם, למגבלות שבהם ולקשיים שלהם. הרצון

הבסיסי ביותר לכסף נובע מהצורך שלנו לחיות, לאכול, לקנות דברים ולהיות מוגנים ובטוחים. מי שחי בבועה כלכלית ואינו נמצא במגע ישיר עם החיים, כי הוא גר אצל הוריו או כי מישהו משלם עליו או כי הוא קיבל ירושה גדולה, לעולם לא יגיע להישגים כלכליים משמעותיים. **רק חיים בתוך החיים יוציאו מכם את הרצון ההישרדותי לכסף גדול.**

איך עושים מכסף עוד כסף?

הדבר היפה בכסף הוא שכסף מביא עוד כסף, ושכסף גדול מביא עוד כסף גדול. הדרך הפשוטה לעשות מכסף עוד כסף היא להשקיע את הכסף ולקבל עליו סוג של ריבית. כשאין לכם כסף – אתם לווים כסף, ועל ההלוואה אתם משלמים ריבית. לעומת זאת, כשיש לכם כסף, אפילו מעט כסף, אתם מתחילים לקבל ריבית. וכך, ככל שאתם צוברים יותר כסף כך הסכומים שאתם מקבלים הולכים ותופחים, עד שהריבית על הכסף שלכם תוכל לממן את כל החיים שלכם ועוד יישאר לכם עודף. זכרו, מי שלא צובר כסף אלא חובות ומינוסים לעולם לא יקבל כסף על הכסף שלו, אלא רק ישלם ריבית על ההלוואות והחובות שלו ויממן את רווחי השיא של הבנקים, חברות הביטוח והמלווים בשוק

האפור. לעומת זאת, ככל שתתחילו לחסוך כסף – כך תתחילו להרוויח ריבית על הקרן, ואם תתמידו בחיסכון תוכלו להגיע לסכומים משמעותיים ביותר!!

תקנו – רק כשיש לכם

אחת הסיבות המרכזיות לכישלון עסקים עצמאיים היא חובות. **חוק ההצלחה אומר: לעולם אל תהיו חייבים שום דבר לאף אחד.** אבל רוב האנשים קונים חפצים או נכסים דווקא בכסף שאין להם. למעשה, הם לוקחים כסף ממישהו אחר כדי לרכוש דברים עבור עצמם. ועל הכסף הזה הם משלמים בריבית דריבית. שימו לב, כמות הכסף שאנשים מבזבזים על מינוסים, הלוואות, חובות, ליסינג, משכנתאות והשקעות גרועות שווה בגודלו לסף הסכומים שהם ירוויחו כל ימי חייהם!! לכן, עשו לעצמכם כלל פשוט וברור – **אם יש לכם תקנו ואם אין לכם תחכו.**

כשאינ לכם – המתינו

מי שרוכש דברים לעסק בכסף שאין לו – עושה טעות כפולה. ראשית, הוא רוכש משהו מיותר. שנית, הוא

מעמיס על העסק מעמסה לא הוגנת שעלולה להביא לקריסתו. שימו לב, למעט הוצאה על מזון וקורת גג – שום הוצאה בחיים אינה הכרחית ואינה שאלה של חיים ומוות. ניתן להסתדר ולקיים **עסק מצליח** כמעט מכלום, ממש מאוויר. עסק שמסוגל לפעול כמעט ללא שום הוצאות הוא עסק אמיתי, עסק חזק, **עסק שיצליח** בגדול. אבל עסק שמבוסס על פינוקים, הוצאות, הלוואות וחובות הוא עסק חלש, עסק רע, עסק ללא רצון וללא כוח הישרדות שמייצר אנרגיות שליליות ומקרין חולשה, רפיון, עצלות וחסר אופי. זכרו, **אם עסק אינו יכול לעמוד על שני רגליו בכוחות עצמו – אין לו הצדקה.**

אל תרכשו נכסים בשיטת המינוף

אנשים רבים ממהרים לרכוש נכסים, מבלי להבין בשוק הנכסים. הם סבורים שעצם היותם בעלי נכסים הופכת אותם לעשירים. זכרו, רכישת נכסים היא עסק מורכב, מסוכן ונזיל שמחייב מומחיות אדירה והבנה מקצועית מעמיקה. רוב האנשים רוכשים נכסים בשיטת המינוף. הם באים עם סכום מסוים ולוקחים הלוואה כדי להשלים את הסכום. שימו לב, אם ברצונכם להצליח בחיים ובעסקים – אל תרכשו נכסים בשיטת המינוף. **רכשו**

נכסים רק אם יש לכם את מלוא הכסף ורק אם ברור לכם כבר בשלב הקנייה שעשיתם רווח נאה ורכשתם נכס ב-20%, 30% או 50% מתחת לערכו בשוק. אותו הדבר עם פנסיה וביטוחים.

אל תפרישו לקרן פנסיה אלא רק לביטוחים חיוניים

הפרישו רק לביטוחים חיוניים כמו אובדן כושר עבודה או ביטוח בריאות, אך אל תפרישו לקרן פנסיה וגם לא לביטוחי ריסק, כי אתם מפסידים עליהם ממון רב. **על קרן פנסיה תפסידו במהלך חייכם כשני מיליון שקלים!!! ועל ביטוחי חיים מעט פחות.** נניח שאתם מפרישים 2,000 ₪ לחודש מההכנסות שלכם עבור קרן פנסיה, במטרה לקבל משכורת נאה כשתפרשו. למעשה, בחישוב של 40 שנות עבודה אתם נותנים לקרן הפנסיה כמיליון ₪. במהלך אותם 40 שנים הקרן תרוויח על המיליון הזה עוד מיליון שקלים בריבית דריבית. כלומר, כבר הפסדתם שני מיליון ₪ שאותם יכולתם אתם להרוויח לבד. כשאתם פורשים לפנסיה אתם מקבלים מקרן הפנסיה רק את הריבית החודשית על אותם שני מיליון ₪ אבל לא את שני המיליון ₪ בעצמם, שזה בדיוק הרווח של קרן הפנסיה על חשבונכם!! זכרו, **קרן הפנסיה הטובה בעולם היא**

החיסכון העצמאי שלכם. אם תחסכו 2,000 ₪ כל חודש במשך 40 שנות עבודתכם אתם תצברו לעצמכם מליון שקלים. על המיליון הזה אתם תעשו בריבית דריבית עוד מיליון, וכשתפרשו – תוכלו למשוך מהסכום שיצטבר רק את הריבית ולחיות ממנה מצוין למשך כל ימי חייכם, ועוד תישאר לכם ביד כל הקרן, כלומר שני מיליון ₪!!!

רק אם יש לך כסף – אתה עשיר

נכסים אינם הופכים אתכם לעשירים. אנשים רבים מחזיקים נכסים רבים במינוף, בהלוואות כבדות או בקומבינות, מתוך תחושת גדלות כאילו הם עשירים – אבל בחיי היום-יום אין להם כסף לחיות ברווחה ובנוחיות מינימאליים. לעומת זאת, יש אנשים שאין להם נכסים אבל יש להם שפע של כסף, והם חיים מצוין. זכרו, רק אם יש לכם כסף ביד אתם עשירים. כסף שמושקע בבטון ובלבנים יהפוך אתכם לאנשים עניים מאוד מבחינת הרווחה היומיומית שלכם. למשל, אם לקחתם את כל הכסף שלכם, וצירפתם אליו גם הלוואת משכנתא גדולה, והשקעתם את כל הסכום הזה בבית חדש משלכם – אתם בעצם אנשים עניים, חסרי כול ובעלי חובות כי אין לכם כסף ביד אלא רק חובות.

מהי השקעה חוזרת?

פתחתם עסק חדש? רוצים להצליח? עשו לעצמכם הרגל והשקיעו בעסק שלכם כל פעם מחדש. יש אנשים שמרוקנים את קופת העסק ולוקחים את כל הרווחים לעצמם. זכרו, **עסק מצליח מבוסס על השקעה חוזרת**. השקעה חוזרת היא השקעה מגוונת ביותר. היא כוללת: השקעה בלימודים מקצועיים, בתוכניות העשרה, בקורסים ממוקדים, בסדנאות נישה, בספרים, בייעוץ ובהנחיה מקצועית, בחופשות למרגוע ולהטענה מחדש, בריהוט, בציוד משרדי, בתוכנות מחשב, במוסיקה, בעיצוב, בתחבורה נוחה, במערכת טלפוניה, בביגוד מתאים, יפה ונוח, באוכל טוב שיזין אתכם ובכל מה שקשור לנוחיות שלכם וליעילות העבודה שלכם. **אל תתקמצו על העסק שלכם**. השקיעו בו השקעה חוזרת – ותקבלו תמורה הולמת. זכרו, רוב חייכם תבלו **בעסק העצמאי המצליח** שלכם. לכן, מוטב שתרגישו בו כמו בבית ולא תזניחו אותו ולא תצרו בו תנאי עבודה גרועים שיפגעו בתפקוד שלכם ויקשו עליכם.

**הקפידו על השקעה חוזרת
של 10% בשנה**

היחס בין הכנסה לבין הוצאה חוזרת עומד על 10%. פירושו של דבר שכל שנה עליכם להשקיע חזרה בעסק שלכם לפחות 10% מסך הזמן וההכנסות שלכם כדי לייעל את העסק, לחזק אותו, ללמוד אותו יותר לעומק, להוסיף לו כוח, לייפות אותו ולטפח אותו בכל דרך אפשרית. זכרו, **מי שמזניח את העסק שלו – בסופו של דבר יאבד אותו**. לעומת זאת, מי שמטפח את **העסק העצמאי המצליח** שלו כל הזמן, ללא לאות ובהשקעה נדיבה של 10% מהכנסותיו – יכפיל את הכנסותיו משנה לשנה!! **חוק ההשקעה החוזרת** אומר את הדבר הבא: **על כל 10% השקעה חוזרת תקבלו 100% תשואה חוזרת**.

מדוע ההשקעה הסולידית היא ההשקעה החכמה ביותר?

תאוות ההתעשרות והרצון להרוויח מהר הם הגורם המרכזי להתמכרות לכסף ולנפילה בעסקים ובכספים. לרוב האנשים שרוצים להתעשר ישנה חולשה לרווחים מהירים. וכדי להרוויח מהר הם נאלצים להשקיע במכשירים ספקולטיביים ועתירי סיכון. רובם ככולם מפסידים ממון רב עד שהם לומדים שאין מתנות חינם ושאין התעשרות מהירה. בסופו של דבר, אם תשקיעו את כספכם בחוכמה ובזהירות ותפנו את רווחי

העסק המצליח שלכם לאפיקים סולידיים – לעולם לא תסבלו מנפילות, מהפסדים, מלילות טרופי שינה ומלחצים נפשיים. זכרו, **הכי טוב להתעשר ממה שאתם מבינים בו באמת, ולא ממה שאתם חושבים שאתם מבינים בו.** כלומר, ההתעשרות הבטוחה ביותר עבורכם היא ההתעשרות שתעשו בתחום המקצועי שלכם ולא בתחומים בהם אין לכם הבנה או שליטה מלאה.

תנו למקצוענים לנהל לכם את הכסף

אם יש לכם כסף פנוי – אל תגלו יוזמה אישית ואל תנהלו את תיק ההשקעות שלכם בעצמכם, לא משנה כמה אתם חושבים שאתם מבינים בתחום הכספים והבורסה. זכרו, **אם השקעות אינם המקצוע שלכם – מוטב שתתרחקו מהתחום** ולא תיכנסו להשקעות פרטיות מתוך יומרה, ביטחון מדומה או "אינטואיציה פנימית". הניחו למקצוענים לנהל לכם את הכסף, ואפשרו להם לבנות עבורכם תיק השקעות סולידי ורגוע כדי שתוכלו להתמקד ולהתעמק בדבר המרכזי והחשוב ביותר עבורכם – **העסק העצמאי והמצליח** שלכם. אל תהפכו את הבורסה או את שוק הנדל"ן להסחת דעת שתיקח מכם לא רק ממון רב וזמן, אלא בסופו של דבר

תגזול מכם את שלוות הנפש והשקט הנפשי שאתם כה זקוקים לו כדי להצליח בעסק שלכם.

אל תנהלו את הכסף בעצמכם אבל למדו להיות מעורבים

אל תסמכו על המקצוענים בעיניים עצומות, אלא פקחו עיניים, עקבו אחר המתרחש בשווקים ואל תתביישו לשאול שאלות ולהקשות קושיות. זכרו, גם מנהלי התיקים המקצועניים ביותר זקוקים למידה מסוימת של מעורבות מצידכם, הם זקוקים לדעת על הצרכים והשיקולים המשתנים שלכם, הם צריכים להיות בקשר איתכם והם זקוקים לשמוע פידבק מכם. לכן, עקבו אחר התיק שלכם, אם צריך פצלו אותו בין שתי בתי השקעה ולא רק אחד וגלו מעורבות עדינה בתיק ההשקעות שלכם.

נכסים אפקטיביים ונכסים מורכבים

את הכסף הפנוי שלכם אתם יכולים להפנות לרכישת נכסים שונים שיניבו לכם כסף רב. אולם עליכם להיות

מודעים להבדל שבין נכסים אפקטיביים לבין נכסים מורכבים. **נכסים מורכבים הם נכסים שתלויים בתנאים**. כלומר, הם תלויים בהלוואות, בחובות, בזמן, בפקיעה של אופציות או בתנאי שוק עולים או יורדים. אלה בעצם נכסים לא בטוחים שההכנסה עליהם איננה בטוחה כלל ועיקר. למשל, רכישת בית במשכנתא גדולה מתוך תקווה ששוק הנדל"ן יעלה. או רכישת תעודת סל של מדד השוק מתוך הנחה שהשוק יעלה. לעומת זאת, **נכסים אפקטיביים הם נכסים ודאיים מאוד**. אלה נכסים בלתי תלויים שהתשואה עליהם ידוע למעשה מראש ברמת וודאות של 100%. למשל, רכישת נכס נדל"ן במחיר מציאה או במסגרת הליכי פשיטת רגל, בהנחה של 40% או 50%. או למשל, רכישת אג"ח או מק"מ בתשואה ידועה מראש של 7% או 8% לשנה.

למדו ליהנות מהכסף

מה שלא יהיה, אחרי שהפקתם כסף, חסכתם אותו בצורה שקולה וחכמה, השקעתם 10% ממנו חזרה בטיפוח העסק וניתבתם אותו כדי שיזרים לקופתכם עוד כסף רב – אל תשכחו את המטרה המרכזית לעשיית כסף והיא צריכה אישית והנאה. **כסף נועד בסופו של דבר לצריכה ולהנאה**. לכן, אל תאגרו את הכסף רק

לשם אגירה שכן הדבר יביא עליכם קללות והפסדים.
**כסף עומד הוא כסף ללא ברכה, כי כסף הוא אנרגיה
שיש להזיזה ולהפעילה כל הזמן.** תנו לכסף לזוז –
והכסף יביא לכם ברכה גדולה. למדו להשקיע את הכסף
שלכם בעצמכם, לפרגן לעצמכם ולפנק את עצמכם
בחפצים ומוצרים שאתם אוהבים, ואל תתקמצנו על
עצמכם. תנו לעצמכם את הטוב ביותר שאתם יכולים
להרשות לעצמכם – ותראו שהכנסותיכם יגדלו ויתגברו.

**לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על ניהול כסף יעיל,
חכם וסולידי.
נקודה.**

למדו לנהל את הכסף שלכם כהלכה כדי שתוכלו לנהל
את העסק שלכם כהלכה. אל תבנו עסק עצמאי בעודכם
מובטלים, אלא תמיד הקפידו לעבוד במקביל לשלב
הקמת **העסק המצליח** שלכם. שימו לב לייצר הכנסות
כל ימי חייכם. אל תוציאו כסף שאין לכם – אלא המתינו
לשעת כושר בה הכסף יהיה בידכם. הקפידו על 10%
השקעה חוזרת בעסק שלכם מדי שנה, תנו למקצוענים
לנהל את עודפי הכספים שלכם, השקיעו בנכסים
אפקטיביים ולמדו גם ליהנות מהכסף ולצרוך ממנו למען

הרווחה וההנאה האישית שלכם. אם תשמרו על
הכללים הפשוטים הללו – לעולם לא תסבלו ממחסור
כספי והשפע הכלכלי יהיה מנת חלקכם יותר ויותר!!!



העיקרון ה-10: לא לדבר

אל תספרו לחבר'ה

אם אתם רוצים להקים **עסק עצמאי מצליח** ולראות
תוצאות מהירות – אל תספרו לחבר'ה על **ההצלחות**
שלכם, ואת תנפנפו בתוכניות שלכם. הנטייה של רוב
האנשים היא לרוץ לחבר'ה ולספר על **הצלחות**. אבל
המעניין הוא, שדווקא אנשים **מצליחים** באמת אינם
לוקים בהרגל הזה. להפך, הם שומרים על פרטיות
ואינם מספרים דבר, משום שיש להם מה להפסיד

ומשום שהם מודעים לכך שדיבור על **הצלחות** מוביל להפסדים.

דיבור מוביל להפסדים

דיבור על **הצלחות** מוביל להפסדים, משום שהוא נובע מרצון ילדותי ולא בוגר בתשומת לב. אנשים שרק מדברים על **ההצלחות** שלהם הם אנשים שפועלים מאגו ולא ממקום של לב ואמונה. שימו לב, **הצלחה** היא קודם כל סיפור של אמונה פנימית, של רצון אישי ושל ערכים אינטימיים שעבורם אדם **מצליחן** מוכן להילחם. אדם שמספר על **ההצלחות** שלו מרוקן את עצמו מכל העוצמה הזו ומותיר רק את האגו הנפוח שלו. לעומת זאת, אדם **מצליחן** הוא אדם מאמין – הוא אינו עובד מהאגו שלו אלא מהרגש והאמונה הפנימית שלו.

למדו להצטנע

צניעות היא עוצמה. צניעות תאפשר לכם **להצליח** יותר ויותר ויותר. דרך צניעות אתם מאזנים את הדחף החזק שלכם **להצליח** והופכים אותו לחזק עוד יותר כי הוא מאוזן יותר ושלם יותר. שימו לב, אנשים רברבנים נותנים לדחפים שלהם להשתלט עליהם במקום שהם

ישלטו בדחפים שלהם. בכך הם מקרינים חוסר בגרות וחסר מנהיגות. כדאי שתדעו שבסופו של דבר ה**הצלחה** האמיתית ממגנטת ונמשכת אל אנשים מאוזנים, שקולים, שקטים ורציניים. ה**הצלחה** בורחת מאנשים לא יציבים, צעקנים, אימפולסיביים ושטחיים.

התנהגות במקום מילים

בעולם העסקים, כמו בחיים בכלל, מה שקובע בסופו של דבר הם מעשים ולא דיבורים. אל תשחיתו את זמנכם על דיבורים – עשו במקום. הזמן קצר והחיים קצרים עוד יותר. אל תבזבזו זמן על להג, רברבנות, סיפורי ה**הצלחה** וניפוח עצמי. אתם חושפים בכך את חוסר ניסיונכם בחיים, ואת הביטחון העצמי הנמוך שלכם. אנשי עסקים **מצליחים** מדברים מעט ועושים הרבה. בעוד כולם מדברים – הם עושים בצנעה ובשקט. עשו לעצמכם הרגל קבוע: היו ממוקדים ב**הצלחה** שלכם בלבד, לא בשום דבר אחר, גם לא ביח"צנות עצמית.

אל תחשפו מידע

אנשים שמדברים הרבה – לא שמים לב למה שהם אומרים. מרוב שהם מתלהבים ומרוב שהם רוצים שכולם יידעו וישמעו על מעלליהם **והצלחותיהם** העסקיים – הם פולטים מידע וחושפים סודות. **בעולם העסקים יש ללמוד לשמור על סודות מקצועיים.** חשיפת סודות כאלה עלולה להביא לחורבן עסקי. אם אינכם יודעים לשמור על סוד – לא תוכלו להיות אנשי עסקים **מצליחים**, משום שעסקים טובים מבוססים על שליטה עצמית, שקט נפשי, מידע סודי, דיסקרטיות וחשאיות. אם אין לכם את היכולת הזו, אתם תגלו שאתם מחבלים בעסקים שלכם פעם אחר פעם ומבריחים את ה**הצלחה** שלכם מעצמכם.

כל עסק מצליח מבוסס על שמירת סוד

כל **עסק מצליח**, כל חברה **מצליחה**, כל רעיון עסקי **מוצלח** וכל התארגנות כלכלית משגשגת מבוססים על סודות עסקיים. כל עולם העסקים הוא עולם של מידע חשאי ופרטי, שרק לזה המחזיק בו יש יתרון. **אין עסק בעולם שאין לו סודות השמורים עמוק במעבה האדמה.** חשיפת סודות אלה יכולה להביא לקריסתו של כל עסק, ולכן יש לשמור על סודות מקצועיים ומסחריים היטב ולא לחשוף אותם. זכרו, בעסקים טובים יש הרבה

כסף. כל האנשים רוצים הרבה כסף. לכן, אנשים מקשיבים לכל מילה שאתם אומרים בניסיון להבין איך אתם עושים זאת, איך אתם **מצליחים**, מה הטריקים שלכם ומהם הסודות שלכם. למדו להיות דיסקרטיים לחלוטין.

בכל מקום יש קנאים

קנאים יש תמיד. במיוחד כשאתם **מצליחים**. ככל שאתם תצליחו יותר – כך יהיו לכם יותר קנאים. כולם רוצים **להצליח** ואדם ש **מצליח** מעורר עליו קנאה רבה. כדי לא לעורר קנאה, למדו להיות פשוטים, שקטים, נחמדים, לא מנקרי עיניים ולא גאוותנים. זכרו, אנשים נפגעים במחיצתם של אנשים **מוצלחים** ו **מצליחים**, משום שהם מרגישים קטנים, מסכנים ואפסיים לידם. **קנאה היא תכונה אנושית אוניברסאלית.** אל תצפו לפרגון מאנשים שלא הצליחו בחיים כמותכם. אל תספרו ותהללו את עצמכם ותצפו מהם למחיאות כפיים. אל תשימו במבחן את הנטייה האנושית לקנא. קנאה היא שד שיש לסגור אותו בבקבוק דרך שתיקה, צנעה ודיסקרטיות.

שמרו לעצמכם את התוכניות שלכם

תוכניות הם הזרע של העתיד. תוכנית היא בעצם רעיון שנמצא בשלב שברירי ביותר בתהליך התגשמותו במציאות. כדי לתת לתוכנית כוח – עליכם להתחיל לממש אותה במציאות עד שתגיעו לשלב בו התוכנית תבשיל ממש לכדי מציאות חיה ונושמת. בזמן הזה, שבין הגיית התוכנית לבין התחלת הביצוע שלה יכולים לעבור שבועות וחודשים. למדו להיות שקטים בזמן הזה, לא להפריע לתהליך העדין והאינטימי הזה, ולא לחשוף את הזרע שעוד לא נולד לעיניהם של אנשים אחרים, שכן בשלב הזה יש לשמור על הזרע במקום חם, שמור, מוגן ועם תנאים אופטימאליים. אנשים רבים "שורפים" את התוכניות שלהם משום שהם חושפים אותם מוקדם מדי. בחיים העיתוי קובע. בחרו את העיתוי הנכון: **דברו על התוכניות שלכם רק כשאינ לכם ברירה – כלומר, רק כשהם הפכו למציאות בולטת, חשופה וברורה שאי אפשר להסתיר אותה עוד.**

חשיפה מביאה להפרעות

חשיפה מוקדמת של התוכניות שלכם מביאה להפרעות בתהליך העדין של התממשות התוכניות. לכל אדם יש דעות משלו, פחדים משלו וחששות משלו. כשאתם משתפים אנשים אחרים בתוכניות העסקיות שלכם – אתם חושפים את התוכניות שלכם לכל הפחדים והחששות שלהם, שהם למעשה "החיידקים" ו"המחלות" של המאזינים שלכם. כל רעיון בתחילת דרכו הוא זרע עדין ושביר. פחדים וחששות של אחרים יחלישו אותו מאוד, יעכבו את תהליך הגשמתו ובמקרים רבים פשוט ימיתו אותו בעודו באיבו. דעו לכם זאת, **כדי שתוכנית עסקית טובה תצא לדרך עליה להתגבר רק על דבר אחד – עליה להתגבר על ההתנגדויות והפחדים שלכם עצמכם. לא יותר מזה.**

למדו לחזק את עצמכם בכוחות עצמכם

רוב האנשים מספרים על התוכניות העסקיות או על הלבטים המקצועיים שלכם לאחרים במטרה לקבל מהם חיזוקים לבחירות ולהחלטות שהם עשו. הסיבה שהם עושים זאת, היא משום שהם מתעצלים לחזק את עצמם בכוחות עצמם, ולכן הם פונים לדרך הקלה

ביותר: הם מנסים לקבל חיזוקים חיצוניים מאנשים אחרים. זכרו, אם ברצונכם להיות אנשי עסקים **מצליחים** – למדו לחזק את עצמכם רק מתוך עצמכם. אל תסתמכו על הדעות של אנשים אחרים – משום שהחיים הם מסע אישי ופרטי, ואין לכם אפשרות **להצליח** באמת אם לא תלמדו להקשיב לקול הפרטי והפנימי שלכם.

אל תחפשו מחילות כפיים

הקמתם **עסק מצליח**? עשיתם את זה? התחלתם לזכות בשפע? אל תצפו למחילות כפיים. זכרו, **הצלחה** עסקית באה יחד עם אחריות גדולה. מי ש"עשה את זה" והצליח בעסקים יודע זאת. **הצלחה** אינה נובעת רק מהצורך שלכם ליהנות, לעשות חיים ולהרגיש "גדולים", אלא היא באה כדי לשים על כתפיהם אחריות – אחריות לעסק, אחריות לרעיון שעומד מאחורי העסק, מחויבות לאנשים שעובדים אתכם בעסק והזדהות עם החזון של העסק. אל תחפשו מחילות כפיים על **ההצלחות** שלכם – **הצלחה** אינה זכייה בפרס, אלא היא תוצאה של עבודה קשה ושל אחריות תמידית.

אל תתייעצו עם אנשים לא מקצועיים

אם אתם עומדים לקבל החלטה מקצועית, הכרעה כלכלית או בחירה פיננסית ועסקית – לכו להתייעץ רק עם אנשי המקצוע. עם כל הרצון הטוב, **אנשים לא מקצועיים יתנו לכם עצות לא טובות**. עליכם ללכת לאנשי מקצוע משופשפים **ומצליחים** שיכוונו אתכם אל הדרך הנכונה ויעזרו לכם לקבל את ההחלטה הנכונה. שיתוף אנשים לא מקצועיים חושף את המידע שלכם, מסכן את הסודות המקצועיים שלכם ומחליש את הכוונות שלכם. לעומת זאת, התייעצות עם אנשי מקצוע היא דיסקרטית לחלוטין, היא עניינית ועסקית למהדרין והיא מקצוענית. ברוב המקרים היא גם תביא אליכם **הצלחה**.

גם כשאתם מצליחים למדו לא לנקר עיניים

אל תנקרו עיניים **בהצלחות** שלכם, כי זו הדרך הבטוחה לרכוש אויבים ושונאים חדשים. זכרו, החיים הם ג'ונגל והתחרות חוגגת. כולם רוצים **להצליח** ולהיות עשירים – עכשיו. אם עשיתם את זה, אתם לא רוצים לעורר את

היצרים הקמאיים של אנשים שעדיין לא **הצליחו**. אתם לא רוצים לעורר את הזעם, הכעס והתסכול של אלה שעדיין לא הבינו. עליכם להתחשב באותם אנשים ולתת להם את ההרגשה שגם הם טובים, שגם הם מסוגלים, שגם הם יכולים להגיע למקום הזה בדיוק כמוכם.

רברבנות יוצרת אויבים

רברבנות היא השלב שבו אדם מתחיל להתנשא, לחשוב שהוא יודע הכוּל, לזלזל באחרים ולתת להם הרגשה שהם קטנים ואפסיים. היזהרו מהמקום הזה, וכבדו את ה**הצלחה** שלכם בכך שתישארו מאוזנים, צנועים ושקולים. אנשים רברבנים מקימים עליהם שונאים, שכל מטרתם היא להפיל אותם. דעו לכם, **אנשים הם יצורים מאוד רגישים**. הם יגיבו בצורה מאוד נחרצת כלפי מישהו שיפגע בכבודם, והם יעשו זאת בנחישות ולאורך זמן, גם אם עברו הרבה שנים. עשו לעצמכם מנהג קבוע: **אל תשפילו אף אחד, אל תורידו אף אחד ואל תתנו יחס מעליב לאף אחד, גם אם אתם יכולים לעשות זאת ויש לכם את הכוח לעשות זאת**. אל תצרו לכם אויבים כי לכל אדם ישנה בטן רכה, ואינכם רוצים שיום אחד מישהו יבוא ו"יחזיר" לכם מנה אחת אפיים דווקא ברגע שהכי לא תהיו מוכנים לו.

התרחקו מהתקשורת כמו מאש

תקשורת היא מגרש המשחקים של הלוזרים, החלשים, אלה שזקוקים למחיאיות כפיים, לחיזוקים חיצוניים ולתחושה כלשהי של שייכות, אלה שלא הצליחו לעשות כסף ומתוך תסכול או ילדותיות מחפשים פרסי ניחומים בדמות של תשומת לב וזוהר מזויף. האנשים **המצליחים** והעשירים באמת, בכל מקום בעולם, הם תמיד אנשים שמתרחקים מתקשורת כמו מאש, שכמעט לעולם אינם מתראיינים, שחיים חיים שקטים, רגועים וצנועים וששומרים על הפרטיות שלכם בקנאות. רוב האנשים שקשורים לתקשורת או מתחככים בתקשורת הם דווקא אלה שלא הצליחו וגם לא רוצים **להצליח** מבחינה כלכלית. אלה אנשים שלא מחפשים את הדבר האמיתי – כלומר כסף, כוח ומעשים – אלא מתפשרים על דיבורים אינסופיים, רכילויות, פרסום וירטואלי וזוהר מדומה. זכרו, **אנשי עסקים מצליחים לעולם אינם משחקים בעולם התקשורת והפרסום אלא תמיד רק במגרש הכספים, הכוח והשליטה**. הם מדירים רגליהם מכל מה שקשור לתקשורת, אך צוללים עמוק מאוד לתוך עולם העסקים והפיננסים החשאי והמרתק.

דיבור נכון יביא לעסק שלכם שפע של ברכה

אל תדברו על **ההצלחות** שלכם, אלא דברו על **ההצלחות** של אחרים. למדו לפרגן לאחרים. למדו לדבר טוב וחיובי על החיים, על אנשים אחרים, על דברים מעניינים שקרו. אם הייתה לכם **הצלחה** בעסקים – הודו על השפע הטוב שבורכתם בו והפגינו הכרת תודה. זכרו, דיבור נכון, דהיינו דיבור חיובי, צנוע, ענייני, מקצועי, מפרגן ומאוזן, ימשוך אליכם עוד ועוד **הצלחות**, שפע וכסף מבלי שתצטרכו כלל לדבר על כך. שימו לב, שפע ו**הצלחה** נמשכים כמו מגנט אל אנשים מאוזנים, שקולים, שקטים ורציניים. היו גם אתם אנשים בוגרים כאלה ותמשכו אליכם שפע של **הצלחה**.

**לסיכום,
עסק מצליח מבוסס על שמירת סוד
ובגרות.
נקודה.**

אל תרוצו לספר לחבר'ה – אלא שמרו על **ההצלחות** שלכם לעצמכם. אל תתרברבו – כי בכך תקימו עליכם שונאים ואויבים רבים. למדו לשמור על הסודות המקצועיים והמסחריים שלכם מכל משמר. תנו לאנשים אחרים שעדיין לא **הצליחו** הרגשה טובה שם הם מסוגלים. הכירו תודה על **ההצלחות** שלכם, ולמדו לדבר נכון – דברו בצורה חיובית, מפרגנת ומקצועית, ותמשכו אליכם שפע של **הצלחה**. אם תשמרו על החוקים הפשוטים הללו – אתם תמגנטו אליכם יותר ויותר שפע ו**הצלחה**.



העיקרון ה-11: להשקיע ביחסים

יחסים הם הסוד הגדול

של עסקים מצליחים

עסק מצליח מבוסס קודם כל על יחסים. המרכיב האנושי הוא הבסיס לכל **עסק כלכלי מצליח** ובלעדיו אין לאף עסק שום תקווה כלכלית. עסק חייב להיות מושתת על לקוחות וצרכנים, ולקוחות וצרכנים הם בני אדם שאיתם חייבים ללמוד לנהל יחסים. אם מערכת היחסים שלכם עם הלקוחות שלכם היא מערכת לא מספקת ולא טובה – הדבר יפגע מיידית בהכנסות שלכם ובסיכויים הכלכליים שלכם **להצליח**. לכן, הסוד הגדול של העסקים **המצליחים** הוא בניית עסק על בסיס יחסים מעולים.

הלקוח תמיד צודק

שימו את האגו שלכם בצד ואת הלקוח שימו במרכז. זהו הבסיס לשירות לקוחות מעולה ול **הצלחה** ביצירת יחסים מצוינים עם הלקוחות שלכם. בשירות לקוחות – הלקוח הוא החשוב, אתם לא. עליכם להבין את הנקודה הזו כי היא קריטית. מבחינתכם, הלקוחות שלכם חשובים יותר מכם, משום שהם אלה המפרנסים אתכם ובהם אתם תלויים לשבט או לחסד. יחסים טובים איתם יניבו לכם סכומי כסף עצומים. לעומת זאת, יחסים לא

מספקים עם הצרכנים שלכם יותירו אתכם ללא כלום.
את **ההצלחה** שלכם אתם חייבים בראש ובראשונה
לקהל הלקוחות שלכם, שמאמין בכם, שמעריך אתכם,
שרוצה את המוצרים שלכם ושסומך עליכם. לעולם אל
תפרו את האמון הבסיסי הזה עם הלקוחות!!

תנו ללקוחות שלכם הרגשה שהם מרכז העולם

כדי ליצור יחסים מעולים עם הלקוחות שלכם עליכם
לתת להם הרגשה שהם מרכז העולם שלכם. כשאתם
מדברים איתם – תנו להם את מלוא תשומת הלב
שלכם. העבירו להם את המסר שהם הכי חשובים לכם
בעולם. תנו להם הרגשה מעולה. חייכו אליהם. הקשיבו
לצרכיהם. היו איתם. גלו אמפתיה והזדהות
למצוקותיהם. היו סבלניים אליהם. טפלו בהם היטב.
נסו כל דרך אפשרית לגרום להם להיות לקוחות
מרוצים. תמיד גלו **גמישות סבירה** עם הלקוחות שלכם,
במונחים של מחיר, זמן, שירות ובנוסחים. למדו להחמיא
להם. למדו לזכור את שמם, את פרטי חייהם ואת
ההעדפות שלהם.

למדו לאהוב

אנשים באמת

כדי **להצליח** באמת עם לקוחות וצרכנים עליכם להפוך לאוהבי אדם. אם אינכם אוהבים אנשים באמת, יהיה לכם קשה מאוד ליצור יחסים מצוינים עם הלקוחות שלכם. **ללמוד לאהוב אנשים היא אומנות שמתחילה באהבה עצמית.** עליכם לאהוב את הטבע האנושי – רק כך תוכלו לאהוב אנשים. וכדי לאהוב את הטבע האנושי עליכם לקבל את עצמכם כפי שאתם, עם החסרונות והיתרונות שלכם. למדו לסלוח לעצמכם – כי אתם תצטרכו לסלוח להרבה מאוד לקוחות שלכם. לקוחות מטיבם מאכזבים – משום שהחיים מאכזבים ואנשים מאכזבים. אם היינו חיים בעולם מושלם – הכול היה מושלם, וגם אנשים היו מושלמים. אבל קבלה עצמית פירושה לקבל את העובדה שאף אחד אינו מושלם, שיש פאשלות, שיש בעיות, שיש קשיים ושיש אכזבות. אם תקבלו את החסרונות של הלקוחות שלכם – אתם תגלו שקל לכם לסלוח להם, לקבל אותם ללא שיפוט, לעזור להם ולשרת אותם בשמחה מבלי להתעצבן ומבלי להתחשבן.

**הפגינו חריצות אינסופית לגבי
הצרכים של הלקוחות שלכם**

אנשים הם יצורים רגישים ביותר, אולי הכי רגישים שיש בעולם. אנשים אוהבים שאוהבים אותם, שמפרגנים להם ושמתייחסים אליהם בכבוד ובהערכה. לקוח כועס או מאוכזב הוא קודם כל אדם זועם וילד פגוע, שלא קיבל את מה שהוא חשב שמגיע לו לקבל. זכרו, אמנם אינכם יכולים תמיד לתת ללקוחות שלכם את כל מה שהם רוצים – אבל אתם יכולים **לנסות** לתת להם הכול ולהראות להם שזה באמת חשוב לכם. לקוח שרואה שאתם מתאמצים לתת לו את השירות הטוב ביותר – נרגע. לקוח שרואה שמתייחסים אליו ברצינות – הוא לקוח מרוצה, גם אם בפועל הוא לא קיבל את כל מה שהוא רצה. אבל הוא קיבל את הדבר החשוב ביותר – וזה יחס.

למדו להתעניין בלקוחות שלכם בכנות

יחס חם, אדיב, אכפתי ומתעניין בלקוחות שלכם הוא סוד היחסים המעולים. תנו יחס מצוין – וקבלו חזרה שבעתיים. למדו להתעניין בלקוחות שלכם ברצינות ובכנות. הסתכלו עליהם כעל אנשים ולא כעל לקוחות או מספרים. אלה אנשים בשר ודם עם חיים, עם בעיות,

עם פרטים אישיים ועם ייחודיות. הם בדיוק כמותכם, וגם הם רוצים להרגיש מיוחדים. צברו פרטים אישיים על הלקוחות שלכם, למדו את ההעדפות שלהם והראו להם שבאמת אכפת לכם מהחיים שלהם.

עם הזמן אתם תפתחו זיכרון אינטימי

אנשי שירות אמיתיים הם אנשים שזוכרים לפרטי פרטים את הלקוחות שלהם. הם יודעים את כל מה שצריך לדעת על כל לקוח ולקוח. מה הוא אוהב, מה הוא מעדיף, מה השם של אשתו, איפה הוא גר, מתי בפעם האחרונה הוא נסע לחו"ל, באיזה מסעדה הוא אוהב לאכול, מה הייתה ההזמנה האחרונה שלו, כמה כסף יש לו ומה הוא לבש בפעם האחרונה שהתראיתם. לכאורה, זה נראה בלתי אפשרי לזכור את כל הפרטים הרבים האלה. למעשה, זה הכי קל. **באמצעות זיכרון אינטימי אתם תוכלו לזכור כמעט הכול לגבי הלקוחות שלכם**, מבלי שתצטרכו לרשום שום דבר או לנהל כרטסת. זיכרון אינטימי הוא זיכרון של התת-מודע. הזיכרון האינטימי זוכר כל פרט של אינפורמציה שאי פעם נתקלתם בה בימי חייכם. הוא זוכר את כל הפרטים הקשורים בכל לקוח ולקוח שלכם. כדי להשתמש בזיכרון האינטימי שלכם ולהפעיל אותו,

עליכם להיות אנשים רגשיים יותר, אנשים חיוביים וטובים שבאמת אכפת להם מאנשים אחרים. ברגע שאתם מתחילים לפעול מהלב ולא מהאגו או מהראש – אתם פתאום תתחילו להפוך למעיין של ידע, תזכרו שלל אדיר של פרטים קטנטנים ומדהימים על הלקוחות שלכם, ותצרו איתם מערכת יחסים של מסירות, נאמנות וכבוד הדדי.

שמרו על יחסים טובים עם בני משפחתכם ובני זוגכם

יחסים מעולים עם לקוחות הוא רק צלע אחד במרובע היחסים המבטיח **הצלחה** בעסקים: יחסים מעולים עם לקוחות, יחסים מעולים עם בני המשפחה ובני הזוג שלכם, יחסים מעולים עם עצמכם ויחסים מעולים עם העסק שלכם. זכרו, **אם היחסים שלכם עם בני המשפחה שלכם אינם טובים – הם יפריעו לכם בהצלחה שלכם.** העיסוק שלכם ברעל הזה, הסחות הדעת והריבים המשפחתיים, התחושה הרעה והחמוצה בקשר למשפחה – כל אלה יעיבו על יכולתכם להפנות את כל מרציכם למטרה החשוב ביותר והיא **להצליח** בעסקים. אם הראש והלב שלכם כעוסים, לא פנויים ועסוקים בעניינים משפחתיים או זוגיים מטרידים – אתם לא תוכלו **להצליח** ולמצות את הפוטנציאל העסקי,

הכלכלי והמקצועי של העסק שלכם, כי אתם סוחבים על כתפיהם עול נפשי ורגשי ומרעילים את דמכם בכעס, שנאה, מתח, עצבים ועצב.

כל סערה נפשית וכל ויכוח זוגי ישפיעו לרעה על העסק שלכם

אין ספק שכל סערה נפשית וכל ויכוח זוגי ישפיעו לרעה ובאופן מיידי על התוצאות של העסק שלכם. ריבים זוגיים הם בעלי פוטנציאל ההרס הגדול ביותר, כי ריבים זוגיים הם הריבים הקרובים לנו ביותר ולכן הם אלה היוצרים את התחושה הקשה ביותר אצלנו. **עשו לכם הרגל קבוע: לא לריב עם בני הזוג שלכם, למען בריאותכם ובריאות העסק שלכם.** למדו לשמור על יחסים טובים עם בני הזוג שלכם. אל תשאירו ריבים פתוחים. למדו לסיים ריבים במהירות ובאלגנטיות. אל תיכנסו למאבקי כוח של ימים ושבועות עם בני הזוג שלכם – כי העסק שלכם ייפגע אנושות מכך. רוב האנשים בטוחים שאין דרך למנוע ריבים זוגיים. למעשה, אפשר לא לריב כלל, אלא פשוט לפתח ולטפח כישורי תקשורת טובים, שחוסכים אי הבנות, כעסים, אכזבות וטרוניות.

הגנו על חיוביות העסק שלכם מפני השפעות שליליות

אל תתנו לאף אחד ולשום דבר להרוס לכם את הצלחת העסק שלכם. כדי להיות בעל עסק עצמאי מצליח עליכם ללמוד להגן עליו מפני כל גורם המאיים עליו. הגנו על פעולתו השוטפת והמוצלחת של העסק שלכם מפני ריבים זוגיים, כעסים משפחתיים, מצב רוח שלילי, פסימיות, דיכאון, הסחות דעת, עין הרע של אנשים אחרים, מחלות, גורמים מתחרים ומשברים כלכליים. שמרו על גישה חיובית לחלוטין לגבי העסק שלכם ותנו לעצמכם להרגיש שהעסק שלכם תמיד מוגן, תמיד חיובי, תמיד מצליח ותמיד מתקדם – ללא קשר למה שקורה מסביבו.

למדו להתייחס לעצמכם בכבוד

יחסים טובים עם לקוחות ועם בני זוגכם ומשפחתכם מתחילים מיחסים טובים עם עצמכם. תחילה למדו להתייחס לעצמכם בכל הכבוד הראוי. העריכו את עבודתכם, את ההישגים שלכם, את ההצלחות שלכם ואת התוצאות הטובות שהספקתם להשיג. לעולם אל

תפחיתו מערככם – לא בפני עצמכם ולא בפני אחרים.
אם תלמדו לכבד את עצמכם ולהיות באמת גאים
בעצמכם ובמה שאתם עושים – אתם תדעו גם לתת את
אותו היחס של כבוד כלפי כל האנשים בחייכם, כולל
הלקוחות והצרכנים שלכם, בני המשפחה שלכם,
החברים ובני הזוג.

השקיעו זמן ואנרגיה בטיפול עצמי

השקיעו זמן ואנרגיה קודם כל בטיפול העצמי שלכם.
אל תתקמצנו על עצמכם ואל תגזלו מעצמכם את מה
שאתם זקוקים לו. יש לכם צרכים ועליכם לספק
לעצמכם את הצרכים הללו בצורה קבועה ותמידית,
אחרת לא תוכלו לתפקד בעסק **המצליח** שלכם. זכרו,
אתם תמיד באים לפני העסק. בריאות הגוף שלכם,
האוכל שאתם אוכלים, זמן השינה שלכם, הבגדים
שלכם, ההיגיינה שלכם, המנוחה שלכם והשקט הנפשי
שלכם – כל אלה הם הצרכים הבסיסיים שלכם, ועליכם
להקפיד לצרוך אותם, אחרת תתמוטטו ולא תוכלו
להחזיק את **העסק המצליח** שלכם למשך שנים רבות.
למדו לאזן בחכמה בין העסק שלכם לבין החיים
הפרטיים והאישיים שלכם. אל תתנו הכול לעסק – כי

לכם לא יישאר דבר, ואתם תתמוטטו מעייפות, מרעב, ממחלות, מחוסר שינה או מטרדות.

לעולם אל תפגעו בכבודם של אחרים

הדבר החשוב ביותר לאנשים הוא הכבוד שלהם, כי כבוד עצמי הוא הדבר היחיד שיש לכל האנשים.
כבודו של אדם חשוב לו מכל, ואסור לכם לעולם לפגוע לו בכבוד הזה. הלקוחות שלכם יהיו מוכנים לסבול מכם הכול, רק לא פגיעה בכבודם. היו רגישים לכבודם של אחרים, ואל תפגעו בהם, לא בטעות ולא בכוונה. אבל אם כבר פגעתם בשוגג בלקוח – התנצלו בפניו ללא שום דחיות או היסוסים. הצדיקו אותו ותנו לו את ההרגשה שהוא צודק, שהוא ניזוק, שמגיע לו יחס ושהטעות תתוקן באופן מייד. לקוח פגוע מאבד את האמון השברירי שהוא נותן בכם. זהו לקוח שאם לא תגרמו לו להרגיש טוב – תאבדו אותו לתמיד.

**יחסים טובים נבנים מעקביות,
אמינות, רצון טוב, תמיכה ומסירות**

הבסיס ליחסים עסקיים טובים אינו נובע מאהבה אישית
אלא מערכים של עקביות, אמינות, רצון טוב, תמיכה
ומסירות מצדכם. אם תשמרו על ערכים אלה מכל
משמר, גם כשאין לכם כבר כוח ובא לכם להניח לכל,
אתם תוכלו להתגאות לא רק בלקוחות מרוצים אלא
בלקוחות חוזרים, בלקוחות שמפיצים את שמכם ברבים
ובלקוחות שמפרסמים אתכם ושולחים אליכם עוד ועוד
לקוחות טובים. זכרו, **לקוח מרוצה הוא לקוח חוזר**
שמביא עימו בממוצע 5 לקוחות נוספים. עליכם להבין,
שהיחס שלכם ללקוחות שלהם הוא אחד ממנועי
הצמיחה המרכזיים שלכם, אולי החשוב ביותר הקיים.
פגעתם בו – ופגעתם בכל המוניטין שלכם, בהפצה
מפה לאוזן שלכם ובברכה של העסק שלכם.

היחסים שלכם עם העסק שלכם

כדי ליצור יחסים מעולים עם העסק שלכם עליכם לאהוב
את מה שאתם עושים ולא לזלזל או לשנוא את
עבודתכם בשום מצב. **עליכם להאמין שמה שאתם
עושים הוא חשוב ולא לדכא את המוטיבציה שלכם
בעסק.** עליכם להשקיע בעסק שלכם השקעה חוזרת,
לטפח אותו, להזרים לו כספים ולהפוך אותו למקום
יפה, נעים וטוב לעבוד בו. עליכם לחשוב עליו תכופות,

ולפתח רעיונות בלתי פוסקים כיצד לחזק את העסק שלכם, לשפר אותו, לייעל אותו ולהפוך אותו לעסק מקצועני, פשוט וחכם יותר – כל יום מחדש. היחסים שלכם עם העסק שלכם הם ציר מרכזי **להצלחת** העסק שלכם. מי שבונה יחסים קרים עם העסק שלו – לא יוכל לעולם להגיע להישגים משמעותיים או **להצלחה עסקית**.

לסיכום, **עסק מצליח מבוסס על יחסים מעולים.** **נקודה.**

עסק **מצליח** מבוסס על 4 סוגים של יחסים מעולים: יחסים מעולים עם הלקוחות שלכם. יחסים מעולים עם בני המשפחה ובני הזוג שלכם. יחסים מעולים עם עצמכם. ויחסים מעולים עם העסק שלכם. אם תשמרו את 4 סוגי היחסים הללו, ותקפידו לטפח אותם בצורה עקבית ויומיומית – אתם תזכו ל **הצלחה** מעל ומעבר למשוער.



העיקרון ה-12: להקפיד על סדר

סדר ומשמעת הם הבסיס היחידי לכל הצלחה

כדי להקים **עסק עצמאי מצליח** עליכם להיות אנשים מסודרים. אנשים רבים חושבים שאפשר **להצליח** גם ללא סדר, ללא משמעת, ללא אופי וללא הקפדה. הם אינם מבינים **שהצלחה** היא שיטה, ושיטה היא תמיד משהו מסודר, מאורגן, משהו שחוזר על עצמו בצורה מדויקת וטכנית שוב ושוב. אינך יכול להיות אדם יצירתי מדי או אחד שמאלתר כל הזמן – **ולהצליח** באמת. אנשים שכל הזמן מאלתרים הם בסך הכול אנשים שמהמרים על המזל שלהם, וכידוע המזל נגמר תמיד באיזשהו שלב. לכן, אם אתם באמת ובתמים רוצים **להצליח** בעסק שלכם – עליכם ללמוד להיות מסודרים לחלוטין. ואם אינכם כאלה כרגע – אתם פשוט חייבים להשתנות!!

הצלחה היא מכונה משומנת

הצלחה היא שיטה, כי הצלחה היא מדע מדויק. אל תחשבו שיש מזל בהצלחה. הצלחה היא עבודת פרך. הצלחה היא כמו מכונה משומנת שחייבת לעבוד ולעבוד כל הזמן, ולא לעצור לעולם. הבעיה היא שהמכונה הזו זקוקה כל הזמן לתחזוקה, לשמירה קפדנית של כל הרכיבים, לשליטה מלאה ולהרבה דאגה. לכן, מי שאין לו סדר פנימי ואין לו הרגלי סדר – בטוח שיפספס מתישהו. מספיק שהוא יחמיץ בורג רופף אחד וכל המכונה הגדולה שלו עלולה לקרוס ברעש אדיר. לכן, מי שרוצה להצליח – לא יכול להשאיר שום דבר ליד המקרה. לא כך עובדים המצליחנים האמיתיים. אם גם אתם רוצים להצליח – הקפידו על כל פרט ופרט דרך גישה מסודרת ובניית אופי רציני, קפדני ומאורגן.

תבניות, הרגלים שיטות ושבלונות

כל עסק מצליח מבוסס על תבניות, הרגלים קבועים, שיטות ושבולונות. כדי שעסק יהפוך **לעסק מצליח** ויישאר **עסק מצליח** – עליו לחזור על עצמו שוב ושוב ברמת דיוק זהה. **בעסק מצליח** הרמה חייבת להישאר אחידה וקבועה. **עסק מצליח** לא מבוסס על מצבי רוח משתנים או על חשק רגעי. **עסק מצליח** תמיד שומר על אחידות המוצר, אחידות השירות, אחידות המוטיבציה, אחידות הרמה, אחידות האמינות ואחידות האיכות.

חוסר אחידות והבדלי רמה מבריחים את הלקוחות והצרכנים, משום שהם חשים מרומים. כל האנשים בעולם רוצים קביעות, רוצים שמשוהו טוב יישאר תמיד טוב. ולכן, אין אכזבה גדולה יותר עבור צרכנים מאשר רמה בלתי אחידה. כדי לגרום לעסק שלכם להיות **מצליח** הקפידו מכל משמר לשמור על אחידות הרמה, ועל קביעות הרמה. וכדי לעשות זאת, עליכם לעשות שימוש רחב ביותר בתבניות עבודה קבועות, בשבולונות, בהרגלים שחוזרים על עצמם ובשיטות פעולה זהות. הסדר הזה ישדר ללקוחות אמינות, רצינות, יציבות ובעיקר וודאות – שגם היום וגם מחר וגם בעוד שנה הכול יישאר אותו הדבר והרמה תהיה אותה הרמה.

שפת ההצלחה
היא מקסימום יעילות וסדר

שפת ההצלחה היא קודם כל סדר. סדר בעסק שלכם מביא ליעילות בעסק שלכם, כי כשהכול מסודר – כל טעות או בעיה הכי קטנה זועקת ובולטת ביותר, וקל לטפל בה. אבל שהכול הפוך, לא מאורגן, מבולבל והיסטרי – הטעויות מצטברות אחת על גבי השנייה ואף אחד לא רואה, כי אי אפשר לראות. זה מאוד קשה לאתר תקלות מראש כשכול התמונה מעורפלת, כשכל המשרד הפוך, כשהמחסנים מבורדקים, כשעמדות הישיבה מלוכלכות או עמוסות בניירת. **אם ברצונכם לשלוט בעסק שלכם – הוא חייב להיראות כמו בית מרקחת.** לכו למפעלים של סטף וורטהיימר ותראו כמה הכול מסודר אצלו – לא תראו מפעלים כל כך מסודרים בכל העולם. בכלל, כשאתם נכנסים לבית עסק נקי וממורק, מטופח ומסודר למשעי – אתם צריכים להבין שאתם בעצם נכנסים לטריטוריה של **הצלחה**, ושבעל הבית הוא אדם **מצליחן** שרוצה להגיע רחוק.

סדר חייב לעמוד לפני הכול

לפני כל דבר אחר – הסדר עומד. אל תעשו שום דבר לפני שאתם עושים סדר בעסק שלכם, בשולחן שלכם, בניירת שלכם, בראש שלכם, בבגדים שלכם, במחשב שלכם, בכל פרט הכי קטן בעסק **המצליח** שלכם. זכרו,

אם אין סדר – אין ברכה אמיתית. כשאינן סדר, הצרות מצטברות בחשאי והן יזנקו עליכם מתישהו. לכן, אתם חייבים להעמיד את הסדר בראש סדר החשיבות, ולהשקיע בו חלק גדול מזמנכם. הבעיה של רוב האנשים שהם לא מייחסים לסדר כזו חשיבות, והם מעדיפים לדחות את הסדר לתחתית סולם העדיפויות. יותר חשוב להם ההזמנות או הטלפונים מאשר הסדר. הם תמיד דוחים את הסדר לסדר פסח. זו טעות גדולה. עשו לעצמכם הרגל קבוע: **השקיעו כל יום את תחילת היום בעשיית סדר טוטאלי בעסק שלכם**. קומו לעבודה שעה מוקדם יותר והשקיעו את השעה הזו בעשיית סדר. אם תעשו את הדבר הפשוט הזה כל יום מחדש – אתם תופתעו לגלות שכל היום שלכם נראה אחרת לגמרי ושדברים מתחילים לנוע בצורה חיובית ולזרום ביעילות, בשקט ובקלות.

בלגאן מוביל לבזבוז, לטעויות ולהחמצות

בלגאן הוא כמו מחלה. הוא מביא בסופו של דבר להתמוטטות עסקים. חברת אנרון האמריקאית הייתה אחת החברות **המצליחות** ביותר בכל הזמנים. הייתה לה רק בעיה אחת: לא היה בה סדר. וחוסר הסדר הזה הוא זה שאפשר בסופו של דבר את קיומם של

השחיתויות אשר הפילו את כל החברה הזו מטה. אנשים חושבים שהשחיתויות הפילו את אנרון. אלה לא השחיתויות – זה חוסר הסדר. שימו לב, בלגאן מוביל לבזבז מיותר, לטעויות שהולכות ומצטברות, להחמצות של אפשרויות ובעיקר – לתחושה של חוסר שליטה, לכלוך מוסרי וריקבון אנושי. וככל שהבלגאן חוגג כך קשה יותר לתקן את המצב, משום שחוסר סדר מביא צרות בצורות, וטעויות על גבי טעויות ונדרשת עבודת סדר רבה רק כדי לייצב את המצב ולעצור את ההתדרדרות. דעו לכם, **שזה בלתי אפשרי לגרום לעסק להצליח ללא סדר**. זו הסיבה מדוע אחד הדברים הראשונים שעושים כל המנהלים **המצליחים** כשהם נכנסים לתפקיד חדש – הוא לעשות סדר חדש ויסודי בחברה שלהם, כדי להבטיח שתהיה להם תשתית יציבה ובריאה **להצליח** ממנה. ללא סדר – אין לכם תשתית **להצלחה**, ואין סיכוי שתגיעו **להצלחה** ממושכת.

עשו סדר יסודי בניהול הזמן שלכם

חלק מרכזי בנושא הסדר שלכם הוא הסדר של הזמן שלכם. זכרו, **זמן הוא המשאב הכי חשוב בחיים, כי זמן הוא המשאב היחיד שהוא סופי**. כל יתר

המשאבים יכולים להיות אינסופיים עבורכם. אבל זמן הוא משאב נדיר, כי החיים קצרים ביותר. לכן, עליכם לעשות סדר יסודי בזמן שלכם ולנהלו בצורה הכי יעילה שאתם יכולים. משמעות הדבר היא פשוטה: אל תבזבזו זמן מבלי שאתם עושים בו משהו פרודוקטיבי. אל תעשו משהו פעמיים אלא רק בפעם אחת. תמיד הגיבו לדברים – עכשיו! ואל תדחו שום מטלה שדורשת את טיפולכם. בכל רגע פנוי עשו משהו לקידום העסק שלכם. אם יש לכם 10 דקות פנויות – אל תתבטלו. סדרו את השולחן או את היומן שלכם. נצלו כל רגע פנוי לעשיית סדר. דעו לכם, **שאתם חייבים להשקיע לפחות 30% מזמנכם בעשיית סדר יומיומי בעסק המצליח שלכם.**

זמן הוא כסף

בעסקים, זמן הוא כסף. לכן, ניהול זמן הוא קריטי **להצלחה. העיקרון הבסיסי בניהול זמן הוא להשקיע 30% מהזמן בעשיית סדר.** אם דאגתם ל- 30% הראשונים – 70% הנותרים כבר יפעלו פחות או יותר מעצמם. כלומר, אם עשיתם סדר יסודי בעסק שלכם והכול נמצא במקום, והכול נקי, והכול ממורק ומאורגן – העסק שלכם יושב על תשתית נהדרת **להצלחה.** שימו לב, לעסק מסודר יש את כל הנתונים להצליח משום

שהוא יושב על יסודות חזקים ולא רעועים. **30% של הסדר הם אלה שמאפשרים ניצול יעיל של 70% מהזמן הנותר.**

הסדר חייב להפוך לחבר הטוב ביותר שלכם

סדר אינו רק סדר עסקי אלא סדר אישי ופנימי. כפי שציינתי, אתם חייבים להפוך לאנשים מסודרים במהותכם. שימו לב, רוב אנשי העסקים **המצליחים** הם אנשים נקיים, מסודרים ומוקפדים. חלק מאופי אישי חיובי הוא סדר. **אנשים לא מאורגנים הם אנשים חסרי אופי או בעלי אופי שלילי.** הם יכולים להיות מוכשרים כמו שדים – אבל הם פוגעים בסיכויי **ההצלחה** שלהם בצורה אנושה משום שהם מנסים לבנות **הצלחה** על חולות נודדים. סדר חייב להפוך לחבר הטוב ביותר שלכם, לנשמה התאומה שלכם, לאופי היסודי שלכם. דעו לכם, שסדר הוא דבר ממכר, סדר הוא דבר שעושה טוב, סדר הוא דבר בריא ונכון. גם הטבע עסוק בעצמו בעשיית סדר, בפינוי הפסולת והשאריות. למעשה, כל היקום עסוק בצורה אובססיבית בניקוי, בסידור ובארגון אינסופי של עצמו – כל הזמן.

כשכל החיים שלכם יהיו מסודרים – גם העסקים שלכם ישגשגו

אין ספק שכשאתם תהפכו לאנשים מסודרים – גם העסקים שלכם ישגשגו באופן טבעי וקל. סדר מאפשר זרימה נקייה של כסף, לקוחות, הזדמנויות עסקיות ורעיונות מסחריים. עליכם להחליט להיות אנשים מסודרים וליישם את המחויבות הזו קודם כל בחיים האישיים שלכם ואחר-כך גם בחיים העסקיים שלכם. שימו לב, אל תתחילו בעסק, כי לכאורה זה הכי קל. הקשו על עצמכם והתחילו קודם כל בבית, בחדר השינה שלכם, במקום הכי קרוב אל עצמכם, במקום שנוגע בכם ומשנה אתכם מיידית. סדרו את חייכם לחלוטין, ורק אז התחילו להפנות משאבים גם לסדר העסקי שלכם. **אם תבנו את הסדר שלכם מבפנים החוצה – אתם תראו שתגיעו לתוצאות מדהימות תוך זמן קצר.** אבל אם שוב תתעצלו ותסרבו להפוך את החיים האישיים שלכם לחיים באמת מסודרים – כל הסדר וכל ההשקעה שתשקיעו בעסק שלכם ייעלמו כעבור מספר ימים או שבועות ושוב תמצאו את עצמכם שוקעים בערמות של ניירת, לכלוך ובלגאן. אתם חייבים פעם אחת ולתמיד להפוך בעצמכם – ממש אתם בעצמכם – לאנשים מסודרים. רק כך תטמיעו ותפנימו כישורים של סדר!!!

סדר מבטיח לכם שלא תאבדו שליטה

כשהעסק שלכם מסודר – הוא מוגן מפני אובדן שליטה. סדר שם אתכם בסוג של נתיב, של קו, של היגיון מסוים. וכשאתם מחויבים לסדר אתם פשוט לא פועלים בצורה בלתי מתוכננת, אימפולסיבית או יצרית. אינכם עושים דברים בשליפה מהמותן, אלא אתם שקולים ומחויבים לסוג של סדר בחשיבה, בתכנון, בבדיקה, בביצוע ובפולו-אפ. עסקים שיוצאים מכלל שליטה הם עסקים שכמה שנים לפני כן כבר התחילו לאבד את הסדר הפנימי ואת ההיגיון הארגוני שלהם.

סדר יוצר זרימה נקייה

בלגאן בעסק הוא כמו כולסטרול בעורקים. הוא עוצר את הזרימה הנקייה, הוא מקשה על הנשימה ועל החיים, הוא מעיק ומעמיס על התשתיות הפיזיות והנפשיות – ובסופו של דבר הוא חונק והורג אתכם. לעומת זאת, כשאתם עושים סדר אמיתי בבית שלכם, באוטו שלכם, בעסק שלכם ובכל מקום שקשור אליכם – אתם מרגישים הקלה, נשימה, חמצן נקי שנכנס וזורם

לתוך העורקים והנימים שלכם, תחושה נקייה ובריאה של מרחב וצמיחה. כל יום שאתם מתרגלים עשיית סדר בבית ובעסק – אתם מרחיבים את הריאות שלכם, אתם מגבירים הבריאות שלכם, אתם מזרימים אנרגיה חדשה ונוספת לעסק שלכם, אתם פותחים ערוצים חדשים ונוספים של עשיית כסף, של **הצלחה** ושל צמיחה.

סדר בראש

כמו כל הדברים האחרים – גם הסדר מתחיל תמיד בראש, בחשיבה נקייה, מאורגנת ומסודרת, ולא בחשיבה היסטורית, מתפזרת ועמוסה. זהו אחד הסודות הגדולים של **הצלחה** בעסקים – לדעת לחשוב בניחותא, לדעת לחשוב בצורה מסודרת, לדעת לחשוב בצורה מאורגנת, לדעת לחשוב כל פעם על נושא אחד ולמצות אותו עד הסוף. רוב האנשים קופצים מדבר לדבר. הם מתפזרים בחשיבה על אלף נושאים, מרפרפים על רובם, נוגעים בזה ואחר-כך קופצים לזה – ובסופו של דבר לא מפיקים הרבה כי הם לא עושים **סדר חשיבתי**. סדר חשיבתי הוא פשוט מאוד: אתם חושבים בכל פעם על משהו אחד, ואינכם קופצים מדבר לדבר. **אתם מקפידים להתמקד בכל פעם בבעיה או ברעיון אחד ולבצע לגביו חשיבה מלאה**. את התוצאה אתם רושמים ומסכמים, כך שהעניין סגור מבחינתכם

ולא פתוח. חשיבה מפוזרת ולא מאורגנת מותירה אתכם לחוצים, עצבניים ולא יציבים כי עמוק בתת-מודע אתם מוטרדים מכך שמהו לא סגור. כאילו אתם יודעים שלא סידרתם משהו בראש ואתם נאלצים "להמשיך ולחשוב עליו" עד שהוא ייסגר.

הסדר הנסתר

סדר אמיתי הוא תמיד סדר נסתר ברובו. כל התשתית של העסק שלכם ושל החיים שלכם מבוססת על סדר נסתר, סדר שלא ממש רואים אותו. חשבו על כך, עסק **מצליח** מבוסס על סדר פנימי עמוק ויסודי. הסדר הזה נמצא במסמכים מסודרים, במחיצות מאורגנות במחשב, בשיטות עבודה פשוטות, בארונות נקיים וקלים, במכשירים פועלים ותקינים, בתחזוקה שוטפת של כל הרכיבים. כל מי שמביט מבחוץ, לא ממש יראה את הסדר הזה, אבל הסדר הזה הוא הבסיס האמיתי **להצלחה** שלכם. הוא זה המעניק לכם רוגע, שלוה, תחושה אמיתית של שליטה וידיעה ברורה לחלוטין איפה נמצא כל דבר ואיפה מונח כל דבר.

**מקסימום סדר –
מקסימום יעילות**

רוב האנשים מבזבזים זמן יקר ועצבים על חיפושים של דברים שהם לא זוכרים איפה הניחו. הם לא זוכרים היכן הניחו את המפתחות, היכן שמו את הטלפון הנייד, היכן נמצא מספר הטלפון של הספק ולהיכן נעלם השדכן. הבזבוז הזה משווע ומיותר לחלוטין. עשו לעצמכם מנהג קבוע: **הניחו דברים במקומות קבועים מראש**. הניחו את המפתחות באותו המקום בדיוק כך שלעולם הוא לא יהיה במקום אחר. צרו מקום מסודר לטלפון הנייד כדי שתמיד יהיה מונח בו. הקפידו על תשתית של סדר, על הסדר הנסתר – ותגיעו בקלות לשיא היעילות. תוכלו לחסוך מעצמכם כעסים, תחושה של חוסר אונים וזמן רב בחיפושים אחרי דברים שאתם מניחים כל פעם איך שבא לכם ולא באותו המקום בדיוק.

סדר מעניק לכם בהירות

סדר ייתן לכם את השקט, הבהירות והשלווה להביט על העסק שלכם מלמעלה. הוא יעניק לכם את הזמן לתכנן את הצמיחה של העסק שלכם. הוא ייתן לכם את היכולת להתבונן קדימה. לראות 4 צעדים הלאה. להשקיע את זמנכם גם במחקר ופיתוח של העסק שלכם. סדר יחסוך לכם עלויות, זמן, עצבים וחוסר

יציבות ויבטיח לכם בסיס איתן, רמה אחידה, תנאי עבודה נעימים ושליטה טוטאלית.

לסיכום, עסק מצליח מבוסס על סדר טוטאלי. נקודה.

למדו לפתח אופי אמיתי, קפדני וחסרת פשרות בענייני סדר. **סדרו את כל החיים שלכם – לא רק את העסק שלכם.** הקפידו לשים דברים במקומות קבועים כדי שלא תבזבזו זמן בחיפוש אחריהם. עשו סדר גם בזמן שלכם והציבו את עיקרון הסדר בראש רשימת העדיפויות שלכם. אם תשקיעו לפחות 30% מזמנכם בעשיית סדר – תבטיחו לעצמכם ניצול מקסימאלי ונעים של יתר הזמן. השקיעו בסדר – ותצרו זרימה נקייה וחסרת תקלות של כסף, **הצלחות** ולקוחות אליכם. אם תקפידו על הכללים הפשוטים האלה – תגלו **שהצלחה** אינה עניין של מזל אלא עניין של תשתית נכונה ובריאה.

