

ЕВГЕНИЙ ЧЕРНЯК

ТИМУР ВОРОНА

BIG MONEY

КНИГА 2

ПРИНЦИПЫ ПЕРВЫХ

ОТКРОВЕННО О БИЗНЕСЕ И ЖИЗНИ
УСПЕШНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬНИЦ

Киев
«ФОРС УКРАИНА»
2020

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

 [borodina.lera](https://www.facebook.com/borodina.lera)

 [borodina](https://www.instagram.com/borodina)

G.Bar
и
Oh My Look!



**Леры Бородиной: два проекта,
которые ежедневно делают
счастливыми 3–5 тыс. девушек**

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Прогуливала уроки, чтобы зарабатывать деньги

Я росла в небогатой семье: мама — преподаватель игры на фортепиано, папа — архитектор. Родители не могли мне купить то, что я хотела: например, плеер или джинсы. Однако я понимала их возможности и не обижалась на них. Поэтому решила, что надо зарабатывать деньги самостоятельно.

В 11–12 лет вместе со своей подружкой я расклеивала рекламные объявления, а также разносила их по почтовым ящикам. В день получала \$10 — в те времена огромные деньги для подростка. А еще мой дядя тогда работал оператором, и я снималась в массовке фильмов. Но вся эта работа была нестабильной, а мне хотелось трудиться на постоянной основе, чтобы окружающие воспринимали меня всерьез.

В старших классах я поняла, что мне скучно учиться, что ничего захватывающего не происходит. В то же время хотелось заниматься чем-то увлекательным, быть причастной к чему-то интересному. А еще мне нужен был плеер, но родители не имели возможности его купить.

В 15 лет я определилась с целью — хочу стать музыкальным продюсером. У меня были родственные связи с группой «Танок на майдані Конго». Фагота и Фоззи я знаю с 7 лет. В 12–13 лет ходила с ними на фестивали, концерты. Мне очень нравилась закулисная жизнь. Она намного интереснее, чем жизнь на сцене. Поэтому моей мечтой стало не быть артистом, а заниматься организацией концертов, выступлений, делать исполнителям промо. И моя мечта сбылась — около шести лет я посвятила пиару в области шоу-бизнеса и культуры, а потом моя жизнь изменилась в сторону предпринимательства.

Первые шаги в шоу-бизнесе я сделала еще в школе — занималась раскруткой артистов и распространением их песен на радиостанциях.

Договориться о ротации дистанционно артисты не могли, потому что записи с песнями приезжали на компакт-дисках, видео — на кассетах Betacam. В те времена мы не могли загрузить песню в файлообменник и отправить ссылку в мессенджере — терялось качество. Чтобы

на телевидении появился клип артиста, нужно было переписать видео с одной кассеты Betacam на другие и развезти на разные каналы. Кто-то должен был соединять артистов и радиостанции.

Тогда ситуация на рынке была такова: многие артисты записывали дешевую песню, снимали на нее клип у неизвестного режиссера, а потом отдавали десятки тысяч долларов каналам для раскрутки. Я была уверена, что все должно быть наоборот. Надо записать крутую песню, снять дорогой клип — и тогда продукт возьмут бесплатно. За шесть лет работы ни я, ни мои артисты ни разу не заплатили ни одной радиостанции или телеканалу.

Чтобы песня прозвучала в эфире, мне надо было приехать ранним утром на вокзал, забрать диск с песней, потом поехать на завод «Росток», сделать 10–20 копий и развезти песню на радиостанции — «Наше Радио», «Радио Energy», «Просто Радио», «Гала Радио» и другие.

Например, я могла договориться с программным директором радио, чтобы он взял песню «Сплина» и еще двух неизвестных артистов для ротации. Песню «Сплина» «Новые люди» я забирала именно таким образом: на вокзале с поезда «Москва — Киев». Кроме развозки песен я договаривалась для исполнителей об эксклюзивах — взятии песни на ротацию во Львове, Одессе,

Киеве и других городах, организовывала запись джинглов с артистами и интервью для украинских изданий и радиостанций.

Чем чаще я ездила на радиостанции, тем больше артистов появлялось в моем портфолио. Со временем я начала общаться с музыкальными редакторами, программными директорами, и у меня стали возникать вопросы: «Чем еще я могу быть полезна артистам? Чем отличается популярный артист от непопулярного?» Научить этому меня никто не мог — не было ни литературы, ни рынка.

К окончанию школы я плотно занялась пиаром артистов, организацией их концертов, фестивалей, сопровождением групп и тому подобным. Тогда этим никто толком не занимался. Таких, как я, было шесть человек на всю страну. Когда мне было 17 лет, музыка занимала большую часть моей жизни, а в 19 я могла называть себя профессиональным пиарщиком. В моем портфолио было более 20 украинских и российских артистов.

Опыт работы в шоу-бизнесе пригодился мне в будущем, когда я стала предпринимателем. На мой взгляд, современный бизнес работает по тем же правилам, что и шоу-бизнес: чтобы тебя любили и замечали, нужно делать крутой продукт и отличаться от других. У тебя может быть классный сервис, маркетинг, пиар и социальные сети,

но если с продуктом проблемы, то бессмысленно заниматься бизнесом вообще.

Из-за работы я часто прогуливала уроки, мама об этом до определенного момента не знала. Она все поняла, когда ее пригласили на школьное собрание с участием всех учителей. На повестке дня стоял один вопрос: отчисление меня из школы за прогулы.

Это одно из моих самых ярких детских воспоминаний. Мне было очень стыдно, но не за то, что я прогуливала школу, и не за то, что приходилось оправдываться перед учителями, а за то, что за эту ситуацию журили маму. Она не имела к моим прогулам отношения, но учителя отчитывали именно ее. «Что же вы за мать, как вы так можете? Ведь ваш ребенок не ходит в школу!» — говорили ей.

Я считала это несправедливым и обидным. Моя мама — уникальный человек. Она окончила школу с золотой медалью, киевскую консерваторию — с красным дипломом и всю жизнь посвятила развитию талантов в детях и обучению их игре на фортепиано. Думаю, ей стоило многих усилий принять, понять и отпустить тот факт, что ее дочь не просто не будет золотой медалисткой, а что у нее будет тройка в аттестате. Несмотря на то, что мама не ставила мне ультиматумов, я испытывала чувство вины перед ней за эту ситуацию. После этого еще больше невлюбила школу и учителей.

Работа в Comedy Club: почему важно фокусироваться на одной цели

После школы я решила получить профильное образование, но тому, чем я занималась, нигде не учили. Я поступила в Киевский национальный университет театра, кино и телевидения имени Ивана Карпенко-Карого на специальность «Организатор театрального дела». Все это время продолжала работать. Помню, как однажды пришлось пропустить сессию из-за работы — на первом курсе я организовывала мероприятие ко дню города Евпатория. Учеба и дальше продолжала мешать работе, и в итоге я ее бросила.

До 21 года я всем врала о своем возрасте, пыталась казаться старше. Я профессионально делала свою работу в 17–18 лет, но когда люди узнавали, сколько мне лет, начинали сомневаться в моих способностях. Я постоянно нервничала из-за того, что меня могли разоблачить, заглянув в мой паспорт.

В 21 я села за руль своей первой машины и подумала, что уже взрослая и могу не скрывать свой возраст. А еще о том, что я уже сделала все самое интересное на рынке шоу-бизнеса, и что пора заняться чем-то новым.

Именно тогда я попала в свой первый телевизионный проект — Comedy Club Ukraine — к Максу

Бахматову. Это была моя первая серьезная наемная работа. Я пришла в проект на должность маркетинг-директора. Спустя полтора года я стала его исполнительным продюсером.

Я занималась пиаром бренда Comedy Club, всех его резидентов, всех спецпроектов, которые существовали в рамках компании, и работой с нашими многочисленными партнерами и спонсорами. А еще тем, что придумывала разные нестандартные вещи.

Однажды мы решили дать три благотворительных концерта. Первый — в женской колонии в Харькове, второй — в гей-клубе, третий — в Верховной Раде. Именно в такой последовательности. К сожалению, успели провести только первый.

Comedy Club был и остается моим любимым проектом времен шоу-бизнеса. Бренд был дерзким, очень характерным, в каких-то вещах радикальным, и это давало мне большую степень свободы. Представьте, что однажды без нашего ведома в газете «Жизнь» с тиражом в 1,5 млн экземпляров вышел материал с заголовком, как Comedy Club «послали в жопу» на каком-то канале. Любой классический артист или проект посчитал бы это репутационной потерей, но только не Comedy Club. Нам это даже понравилось!

Проект круто жил и развивался до определенного момента, после чего начался спад. Сейчас

я понимаю, почему это произошло: собственники проекта расфокусировались — пытались заниматься абсолютно всем, включая выпуск фирменных фисташек и мороженого.

Из этой ситуации я сделала вывод: важно регулярно задавать себе вопросы: «Что ты начинал делать? Что делаешь сейчас и куда это приведет? Приведет ли дополнительный проект к начальным целям?» Потому что из-за расфокусировки теряются силы и энергия, и можно потерять все.

Опыт работы в Comedy Club дал понимание, что такое женский коллектив. Сейчас у меня в Киеве работают 245 человек. 230 из них — женщины. Меня спрашивают: «Тяжело ли работать в женском коллективе?» Отвечаю: «Ребята, я полтора года проработала исключительно в мужском коллективе. С тех пор знаю, что хуже женского коллектива только мужской».

На Comedy закончилась эпоха моей работы в шоу-бизнесе. Круче него ничего не могло быть. Для меня как для пиарщика работать с другими украинскими артистами было бессмысленно. Comedy Club был максимально дерзким брендом и кардинально изменил мою жизнь.

После Comedy я несколько лет посвятила телевидению, была сопродюсером нескольких телевизионных проектов, потом основала PR-агентство, работала с правительством Михаила

Саакашвили над пиаром Грузии в Украине. Нашим KPI было количество украинцев, посетивших Грузию, и количество инвестиций, пришедших в Грузию из Украины. Это был очень крутой, вдохновляющий и во многом для меня как предпринимателя определяющий период. Я задумалась о долгосрочной перспективе. И поняла, что я тоже мечтаю создавать и работать над чем-то СЕЙЧАС, чтобы ценность этого была понятна через какое-то время. Не сразу.

В 2012 году Михаил Саакашвили проиграл парламентские выборы. За две недели нам пришлось проект полностью свернуть.

В этот день я решила запустить собственный проект.

Как начинался Oh My Look! и как проверить, сработает ли ваша идея

Идея Oh My Look! появилась у меня в 2012 году. Бизнес-модель сервиса исходила из того, что у женщины есть две проблемы-потребности, с которыми она сталкивается в гардеробе: ей всегда нечего носить и некуда повесить то, что она только что купила. Поэтому ей нужен сервис аренды вечерних и коктейльных платьев. К тому же в США

в 2011 году взлетел похожий по концепту проект Rent the Runway. Я подумала, что если направление уже успешно и популярно в Америке, то рано или поздно оно придет и к нам. Почему бы мне не стать первым человеком, организовавшим такой сервис в нашей стране?

У меня была цель создать собственную бизнес-модель, ведь американский рынок и наш — кардинально разные. Rent the Runway — онлайн-сервис, а у нас есть собственные шоу-румы, офлайн-услуги, а главное, клиент может не только взять платье в аренду, но и сдать в аренду свое, — это классический sharing.

Идею сервиса аренды платьев я тестировала на себе. Мой внутренний диалог длился несколько недель. Я спрашивала у себя: «А ты бы точно пользовалась таким сервисом? Какие у тебя есть страхи, волнения и возможности? Каким бы ты хотела видеть сервис?» А когда ответила на эти вопросы и мне понравились ответы, я определилась, что хочу посвятить этому делу часть своей жизни.

Поняв примерно, кто моя целевая аудитория, я спросила у будущих клиенток, как они видят сервис. На некоторые вопросы они ответили лучше, чем я ожидала. Их ответы вселили в меня уверенность, и я четко решила: надо действовать.

Что интересно, когда я спрашивала клиенток, где они хотят примерять платья — дома или

в шоу-руме, 67% ответили, что им удобна доставка домой. Это оказалось неправдой. По сей день 95% аренды происходит в шоу-руме. Вечерние и коктейльные платья мы сдаем клиентам в аренду за 10–15% от стоимости их выкупа.

ПОЧЕМУ ИТ-СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВАЖНА ДЛЯ ЛЮБОГО БИЗНЕСА

Изначально команда проекта состояла из двух человек — моего ассистента Нади и Саши Зайчука, с которым мы работали в Comedy Club. Я знала, что у Саши есть две ИТ-компании, он классный специалист и, признаюсь честно, он был единственным моим знакомым ИТ-специалистом в мире. Я попросила его проконсультировать меня на старте по автоматизации процессов сервиса. Мне повезло, Саша не только проконсультировал, но и взялся за проект. Он с нами до сих пор, он один из партнеров и ИТ-директор компании.

У нас работают семь разработчиков. Зачем так много? Oh My Pro решает очень много задач: логистика, автоматизация отчетности, аналитика, частично функционирует как CRM, CMS и склад. Мы измеряем множество процессов, у каждого платья есть KPI. Мы анализируем, какие платья сдаются чаще, какие цвета нравятся украинкам, что им нравится, а что нет.

Свое программное обеспечение есть и у сети G.Bar. Думаю, что наши разработки — возможно, самое дорогое, что есть у бизнеса.

После каждой аренды клиенту отправляется SMS с просьбой оценить сервис. Отзыв сразу же прикрепляется к профайлу мастера и администратора, которые его обслуживали. После чего бот собирает данные и отправляет их в чат управляющим, чтобы они могли быстро отреагировать. Мы хотим, чтобы клиенты знали, что есть некая «высшая сила», которой при возникновении каких-либо проблем они всегда могут пожаловаться, и это работает.

Сегодня все мои бизнесы работают на собственном ПО. На старте мы пробовали использовать уже готовое программное обеспечение для салонов красоты. В процессе поняли, что в нем мало возможностей для аналитики и что, когда работаешь на чужом ПО, теряется маневренность.

Собрав команду, мы начали разрабатывать концепцию сервиса — нейминг, формат работы, бизнес-модель. Начали переговоры с партнерами, нашли химчистку, место под шоу-рум, у кого закупать платья и так далее.

Чтобы запустить бизнес, я копила деньги полтора года. На старте у меня было \$30 000 —