

Роман Масленников

РАСКРУТКА СУПЕРФИРМЫ

101 ПРОВЕРЕННЫЙ МЕТОД
ОТ ДОВГАНЯ ДО ДУРОВА



ЭКСМО

Москва

2014

УДК 339.1
ББК 65.290-2
М 31

Роман Масленников — учредитель и генеральный директор PR-агентства «ПРОСТОР: PR & Консалтинг» (среди клиентов которого МТС, Роспечать, Пробизнесбанк, Норд Капитал, Molten, Российская ассоциация кредитных союзов и многие другие), известный PR-специалист, эксперт №1 по персональному PR для владельцев бизнеса, первых лиц компаний и топ-менеджеров, ведущий московский эксперт по информационным взрывам и «crazy PR», член Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО), лауреат российских PR-премий и соучредитель новой PR-премии «ПРОЗРЕНИЯ», создатель первой бесплатной онлайн-PR-школы «Пиариум», блогер и автор многих книг о PR.

Масленников, Роман Михайлович.

М 31 Раскрутка суперфирмы. 101 проверенный метод от Довганя до Дурова / Р.М. Масленников. — Москва : Эксмо, 2014. — 352 с. — (Директор по маркетингу и PR).

ISBN 978-5-699-70086-8

В этой книге вы найдете сотни практических рекомендаций о том, как:

- назвать свою фирму;
- привлечь внимание клиентов и сделать их постоянными приверженцами бренда;
- создать свою «фишку», которая выделит фирму из толпы конкурентов;
- развить свое присутствие в Интернете;
- заставить рынок заговорить о вас.

Автор, настоящий профессионал в области PR, в своей книге предлагает сотни конкретных идей для раскрутки бизнеса, каждая из которых вдохновляет на работу и может быть использована на деле.

Такие успешные бизнесмены, как Павел Дуров, Евгений Чичваркин, Олег Тиньков, Владимир Довгань и многие другие, делятся на ее страницах собственным опытом раскрутки. Читайте о секретах создания суперфирмы и начинайте зарабатывать!

Роман Масленников уверен — даже при высокой конкуренции можно создать и вырастить мегауспешный бренд. Читайте, вдохновляйтесь и действуйте! Стартап, внимание, марш!

**УДК 339.1
ББК 65.290-2**

ISBN 978-5-699-70086-8

© Масленников Р.М., текст, 2014
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2014

Один из главных жизненных вопросов, по моему мнению: что я хочу, какова моя цель? Это относится и к сверхзадачам, и к текущим вопросам, возникающим ежедневно в бизнесе или личной жизни.

Сформулировав ответ, важно начать движение к цели, пробовать, «сделать шаг».

Сказать это — достаточно просто. Сотни книг так и продают нам эту мысль: «Делай! И все получится!» Без пояснений, ЧТО ИМЕННО делать? КОГДА? КАК?

Если такие вопросы рождаются у вас в голове, то в ваших руках правильное практическое пособие с множеством практических советов и пошаговых инструкций.

Если вы опытный практик — не торопитесь откладывать данный труд. Ведь только наивный юнец утверждает, что он «познал мир», а чемпионами становятся те, кто всегда готов развиваться и изучать чужой опыт.

Михаил Яценко. вице-президент ОАО «МТС-банк»

Эта книга 349 раз облетела вокруг света, побывала во многих странах и везде несла добрую весть.

Первым ее прочитал в 1642 году английский кузнец Джон Воллес (г. Ливерпуль). Он порекомендовал ее десяти друзьям и через три дня нашел в лесу сундук с золотом.

В 1751 году эту книгу прочитал испанский фельдмаршал Альварес Касадобль (г. Мадрид). Он порекомендовал ее десяти солдатам и через три дня выиграл большое сражение.

В Россию эта книга попала в начале XIX века. Ее прочитала простая русская баба Марфа Рябова (деревня Хряпки), но никому не порекомендовала, и через три дня ее зашибло оглоблей.

В 1983 году нищий сирота Иван Марамойко (г. Сызрань) порекомендовал эту книгу десяти другим детдомовцам, и через три дня его усыновила американская миллионерша.

Сейчас эта книга попала к вам. Не выбрасывайте ее! Прочитайте и порекомендуйте десяти людям, которым желаете добра. И через три дня будет вам счастье!

А знаете почему? Да потому что у вас, читатель, есть чувство юмора, а в XXI веке это самое ценное качество для делового человека, каким бы бизнесом он ни занимался.

Вы держите в руках учебник по маркетингу... Признаюсь, я не люблю учебники! Особенно когда в них много букв. В этом учебнике букв очень много, их тут больше 300 тысяч. И, тем не менее, я рекомендую внимательно прочитать каждую из них! Дело в том, что автор книги обладает не только большим опытом и глубокими знаниями о самых разных бизнес-процессах, но еще и чувством юмора. Поэтому вы получите не только пользу, но и удовольствие.

Итак, читайте «Раскрутку суперфирмы» Романа Масленникова и рекомендуйте друзьям! А потом ждите три дня и... начинайте зарабатывать!

Юний Давыдов, Генеральный директор R&I

Чрезвычайно полезная и актуальная книга, которую стоит читать и перечитывать.

Владимир Евстафьев, вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), профессор РАНХиГС

С большим интересом прочитал книгу Романа Масленникова «Раскрутка суперфирмы», причем интерес по мере продвижения к концу книги не ослабевал, а возрастал. Первое, что бросается в глаза непредвзятому читателю, — это литературный талант автора. Книга читается очень легко, практически на одном дыхании. Второе — книга написана профессионалом в своей области, который прекрасно знает то, о чем пишет. Третье: автор активно использует советы и идеи многих российских бизнесменов, которые достигли больших успехов в своей области, не забывая при этом на них ссылаться, что существенно обогащает книгу.

Книга рассчитана на практика, который экстерном хочет овладеть основными правилами и приемами «раскрутки» фирмы. В этом смысле книга «технологична».

Для тех, кто начинает «раскручивать» свой малый и средний бизнес, книга станет незаменимым практическим пособием, чтение которого позволит избежать многих ошибок.

Минтусов Игорь Евгеньевич, Председатель совета директоров Первой российской PR-компании «Никколо М», Президент IABC/Russia

Эта книга может вдохновить вас на новые пиар-идеи или сподвигнуть на смелые пиар-подвиги, а может заставить вас задуматься над новыми перспективами в бизнесе. Но чего точно не будет, так это разочарований и бездействия. Удачи вам и попутного ветра.

Олег Матвейчев, профессор НИУ ВШЭ, политический консультант, соавтор книги «Уши машут ослом» и мн.др.

В этой книге — советы по раскрутке высшей пробы от московского пиарщика. Столичные методы раскрутки, конечно, отличаются от тех же, например, петербургских. Но главное, все они применимы на международном рынке. Давайте продвигать российские идеи на внешний рынок вместе с нами.

Антон Вуйма, кандидат культурологических наук, директор пиар-компании «Духовное Наследие», автор книг «Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений» и «Черный пиар. Защита и нападение в бизнесе»

Вас и вашу компанию никто не знает? Это замечательно. Радуйтесь и цените это состояние. Наслаждайтесь безвестностью. Потому что вы можете совершать ошибки, не опасаясь, что о них станет всем известно.

Смело экспериментируйте с вашим товаром, сервисом, бизнес-процессами. Если что-то пойдет не так, неизвестность укутает ваше самолюбие в спасительную вату.

Не стоит привлекать к себе внимание, если вы к этому не готовы. А вот когда будете готовы, то прочитайте эту книгу. Она поможет вам раскрутить свой бизнес.

Но будьте осторожны — вернуться назад в безвестность уже не получится, как и оставить себе право на ошибку. Не страшно? Тогда — вперед!

Алексей Иванов, автор бестселлера «Бесплатная реклама», директор креативного агентства с опытом личных продаж «МастерУм»

Роман открывает перед читателями свою копилку с инструментами PR и рекламы. Приемы, которые автор собирал год за годом, теперь можете использовать для продвижения своего бизнеса и вы — если прочитаете эту книгу.

Александр Левитас, эксперт №1 по партизанскому маркетингу, автор бестселлера «Больше денег от Вашего бизнеса»

Со своими печатными и не печатными (не в смысле нецензурными, а в смысле электронными) опусами Роман Масленников занял в нашем книгоиздании нишу Дейла Карнеги. Никто лучше него (Масленникова, конечно, а не Карнеги) не объясняет, как быстро стать красивым, сильным, здоровым и богатым.

Александр Чумиков, академик Российской академии общественных связей, доктор политических наук, профессор

Автор не боится делиться опытом и интересными кейсами. Видимо, у него в запасе еще немало идей и кейсов, которыми он просто не захотел пока делиться.

Но имейте в виду, что после прочтения книги вы будете уже по-другому смотреть на многие вещи. И с новыми знаниями вам придется что-то делать.

Дмитрий Фетисов, директор консалтингового агентства «NPR Group»

Невероятно хитрые советы! Автор — известнейший пиарщик всех времен и народов. Обожаю такие книги. Они помогают разобраться, как устроен мозг у таких гениев, как Рома.

Яна Гривковская, писательница

Эта книга обязательна к прочтению для всех, кто развивает или только создает свой бизнес. В ней приведена масса нестандартных и недорогих в реализации, но от этого не менее эффективных решений, которые помогут растущему бизнесу приблизиться к славе и признанию.

Наслаждайтесь чтением, забавными примерами из жизни, которые приводит автор, и — главное — применяйте советы автора на практике, ведь большинство из них можно использовать прямо сегодня. Удачи!

Ярослав Смирнов, Департамент маркетинговых коммуникаций МТС

Авторская методика ломает привычный взгляд на решение стандартных задач и помогает не погрязнуть в рутинных бизнес-процессах.

Отдельное спасибо автору книги за неиссякаемый энтузиазм и идеи, которые всегда освежают бизнес и делают его вызывающе ярким!

**Алексей Винокуров и Виктор Ходанов,
управляющие партнеры группы компаний «EnergyPoint»**

Такие книги, как эта, в магазинах встречаются нечасто. При сегодняшнем-то выборе! Практично, полезно, интересно написано. Главное, все советы применимы в российских реалиях — от Москвы до Владивостока.

В ближайшее время опробую рекомендации автора в Китае. И что-то мне подсказывает, что скоро «Раскрутку суперфирмы» переведут на язык иероглифов!

Анна Фомичева, руководитель международного консалтингового центра «Бизнес Логистика»

По количеству новых идей книга даст фору любому маркетинговому «бестселлеру». Девиз книги я бы сформулировал так: «Прочел, сделал, заработал».

Евгений Скрынник, директор по развитию купонного сервиса «Скидка БумЪ»

Если вам интересен не примитивный PR и вы хотите донести до своей аудитории то, что вы знаете и умеете, то уверена, что в книге Романа Масленникова вы найдете для себя много ценных идей и полезной информации.

**Ольга Лукина практикующий врач —
психотерапевт и психоаналитик, коуч**

В книге вы найдете 101 способ продвижения. Осознайте возможности, которые всегда рядом!

Надежда Копытина, основатель компании «Лёдово»

Книга Романа Масленникова будет интересна тем, кто думает о развитии своего бизнеса. Можно спорить и не соглашаться с автором, но в этом и состоит привлекательность такой литературы. Она заставляет думать. А это не скучно.

Дмитрий Фуфаев, продюсер телекомпании «Верба-ТВ»

Очень интересно, и написано доступным языком. Начинаешь читать, и оторваться невозможно. Вроде бы написаны простые, известные вещи, но то, что подзабыл или не так смотрел раньше, в ней заиграло по-новому. Интересные практические рекомендации, которые дают повод подумать, и не только подумать, но и сделать что-то по-новому.

Александр Селютин, управляющий партнер юридической фирмы «Селютин и партнеры»

Книга проведет вас от самого зачатия и до полного расцвета сил вашего бизнеса. Авторские фишки, практические советы, анализ опыта гениальных бизнесменов современности, немного юмора, и вот еще один шедевр от Масленникова.

**Сергей Луненко, генеральный директор event-агентства «OPEN AIR»
основатель проекта «Автографомания»**

Очень полезно! Освежил уже известное и почерпнул новое. Все советы из практики — бери и делай! Живой и информативный стиль автора способствует быстрому прочтению.

Дмитрий Белошапкин, коммерческий директор переводческой компании «Экспримо»

Секреты подготовки ингредиентов для бренда, их правильного замеса и приготовления, а также правила грамотной подачи получившегося блюда просто и с юмором изложены на страницах новой книги Роман Масленникова. Уверен, что рецепты будут полезны как состоявшимся бизнесменам, так и тем, кто стоит на пороге стартапа.

Сергей Черносивитов, основатель и генеральный директор «Smart Soft Tailor»

Главное достоинство книги в том, что она действительно полезна! Причем не только и не столько для пиарщиков, сколько для предпринимателей — и начинающих, и уже имеющих опыт в бизнесе.

Если бы такая книга была у меня в то время, когда я создавал свой бизнес, не пришлось бы интуитивно искать правильные решения, совершая неизбежные ошибки.

Максим Гладких-Родионов, генеральный директор аудиторской компании «Уверенность»

Если вы думаете, что это очередная книга о том, как зарегистрировать фирму, — спешу вас разочаровать. На самом деле в ней раскрывается огромное количество рабочих, простых, но нереально эффективных PR- и маркетинговых инструментов. Для малого бизнеса это вообще находка! Поэтому рекомендую к прочтению. Но только в том случае, если вы действительно даете что-то важное и нужное миру.

Вера Земскова, продюсер, организатор

Перед вами книга бизнес-рецептов. Она вкусно написана, и хочется быстрее ее дочитать. Но не спешите, вдохновитесь примерами других компаний на рынке, научитесь мыслить креативно, продумайте стратегию для вашей Суперфирмы. И приступайте к действиям в разных направлениях. Путь к успеху лежит через нестандартный подход.

Елена Mazuel, русский пиарщик в Париже

В книге можно увидеть уроки того, как правильно обернуть и продать товар, а это, можно сказать, самое главное в бизнесе. И в этой книге есть настоящие работающие советы. Отличная работа.

Джиа Скова, русская актриса в Голливуде

Автор «Раскрутки суперфирмы» похож на любознательного подростка, который, узнав что-то новое, спешит поделиться своими открытиями, «ведь до него никто еще этого не знал». Он заражает драйвом пытливого ума и заставляет поспорить или усмехнуться, удивиться наивности или даже скривиться от смелости высказывания. Но, читая далее, начинаешь задумываться, что написанное — это пицца для твоего ума. Анализируешь, размышляешь, так и рождается нечто новое и полезное.

Наталья Тменова, генеральный директор рекламной компании ВТВ

«Раскрутка суперфирмы» основана на наших российских реалиях и предназначена нашим читателям. А это значит, что в книге вы не найдете уже набивших оскомину хрестоматийных примеров из практики зарубежных компаний 30–40-летней давности. Также нет в ней и нравоучительных многословных цитат классиков маркетинговых коммуникаций, которые мало соотносятся с российской действительностью. Зато в изобилии осмысление опыта российских компаний и отдельных предпринимателей, благо автор — один из наиболее успешных практиков в области PR.

Максим Брандуков, президент Российской ассоциации кредитных союзов

Как жаль, что данная книга не попала ко мне лет так 10 назад, когда я только начинал свой собственный бизнес. Наверное, как говорят, затер бы ее до дыр. Сколько грабель можно было бы избежать, от скольких шишек можно было бы увернуться. Тем не менее материал, изложенный в книге, актуален и востребован и на сегодняшний день.

С рядом «рецептов» можно спорить, но это не главное. Главное — эти заметки и советы наталкивают на размышления, просят проецирования на ваш собственный бизнес, стимулируют к незамедлительной реализации ряда фишек и идей.

А.В. Герин, генеральный директор агентства переводов «ТрансЛинк»

«Раскрутка суперфирмы» — это промывка мозгов и добрый пинок в сторону успеха.

Роман Масленников систематизировал наиболее действенные в отечественном бизнесе деловые сценарии и маркетинговые решения раскрутки компании. Процесс продвижения от стартапа до суперфирмы максимально упрощен, алгоритмизирован, совершенно понятен и адаптирован к бизнесу всех уровней.

Как всегда, с Масленниковым бизнес — это не страшно, успех — это не сложно.

Владимир А. Журавель, президент PR2B Group

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	15
Что вас ждет?	16
Стартап! Внимание! Марш!!!.....	17
Кому адресовано «руководство по раскрутке»?.....	21
9 САМЫХ БОЛЬШИХ СТРАХОВ ПРИ ОТКРЫТИИ СВОЕГО БИЗНЕСА.....	23
ТЕОРИЯ РАСКРУТКИ	27
Что такое раскрутка?	27
СЕРДЦЕ РАСКРУТКИ	28
СХЕМА РАСКРУТКИ ФИРМЫ	28
СРОКИ И ТЕМПЫ РАСКРУТКИ	33
КАК БЫТЬ? ТРИ ПРАВИЛА	35
ПЕРЕЙДЕМ К ПРАКТИКЕ	38
РАБОТАЙ НА ИМЯ!	38
На американский манер	39
Имя фирмы	41
Метод «Не Иванóв, а Ива́нов».....	44
Фамилия фирмы	60
День рождения	63
Уставной капитал — натурой!	64
Прописка фирмы	65
Фирма без лого — как паспорт без фото	70
Фирменные цвета	82
Джентльменский набор	84
Виртуальная квартира	87

РАСКРУТКА СУПЕРФИРМЫ

Сделал два дела — гуляй по Сети смело!	96
Развитие присутствия в Интернете	98
Веб-квартира нового поколения — лендинг	104
Мышка-наружка, или Посторонним В.	104
Родословная фирмы	111
Родословная бизнесмена	112
Рекламные войны	114
Геотаргетинг	118
Кто-то «в ботах»	119
В городах, где дымится асфальт	121
ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ	123
Громкие назначения	123
«Лицензии на убийство»	127
Помощь друга	128
Широкий трал	131
В частном порядке	132
Рыть всем!	133
Спам будешь?	140
С днем жестянщика!	145
«Позвони ему, позвони!..»	148
Скрипт	152
Не на выставку, а в «подвал»!	152
«Подготовка снайперов»	154
Я хочу тебя!	157
Не ждали?!	158
Love me, tender	164
Учиться, учиться и учиться	170
Кооператорство	172
Дополнительные возможности сотрудничества со старыми клиентами	173
УДЕРЖАНИЕ СТАРЫХ КЛИЕНТОВ	174
Духовные ценности	175
Больше материализма!	182
Свадебный генерал	183
Подсознание фирмы	185

СОДЕРЖАНИЕ

Перепись населения	186
Выдача паспортов	188
Коллективное сознательное	189
Приручение клиентов с помощью рассылки	192
Главные праздники жизни	194
Фанатский сектор	195
Тихое чествование	198
Досье, этикет и «сват», или Поиск и ведение крупных клиентов	199
Засечки во времени — отбивки и свой день	201
Корпоративная зараза	202
Выборы с одним известным	204
Товар лицом	205
Концентратор	206
Идеология вовне	208
Осторожно, овееяно веками!	209
Наглядная рефлексия	210
На мыло!	211
Потешный полк	212
Вспомни молодость	215
Мини-книга	215
Свой термин	217
Своя тема	219
Слух-мейкеры	220
Разжигание войны	221
На суше и на море	222
PR через КВН	225
PR-операция «Двойник»	226
Пытайтесь попасть в новости всеми правдами (и неправдами)!	227
База СМИ: хватит гоняться за жупелом	228
Что такое пресс-релиз?	230
Хорошая новость — это парадокс	231
Формула информационного взрыва (улучшенная), теперь банановая!	232
Легкий способ собрать базу СМИ	234

РАСКРУТКА СУПЕРФИРМЫ

Когда вам НЕ НУЖНО PR-агентство (пока что...)	234
PR имени Путина	235
Главный признак отличного PR	236
Брендовая религия — вы готовы помучиться за бизнес?	237
PR для брендов-имен	240
Главный секрет великих предпринимателей	240
Бегите срочно пиарить марафон!	242
Фогнюсовые хобости в стиле брейкинг мэд	242
Суд как PR-площадка	244
Время MediaShit'a и Trash'овых новостей	245
Дать премию — хорошо, а антипремию — еще лучше!	246
PR в B2B-секторе	246
PR на животных	247
PR на мертвых животных	248
Бизнес «за стеклом»	248
В любой непонятной ситуации начинайте войну!	250
Самые главные редактора сегодняшнего дня	250
Партизанский дозвон на радио (неочевидный PR-прием)	253
PR-подход к сертификации продукции и услуг, даже в B2B!	254
Операция «Самострел»	255
У дохлых гуру покупают лучше (крайне опасный и 1000% эффективный PR-ход)	256
«Фотошоп» на PR-службе, или Подрисуй кому-нибудь усы! (фигурально выражаясь)	258
PR-сны о чем-то большем, или Пробивайте потолок!	259
Как победить в любом конкурсе?	260
Войди в клиента! Влезь и вживись в него!	260
Идите на рекорд! (сильный PR-ход)	262
Насильно мил.. еще как будешь! Или как дарить подарки звездам	262
Заинтервьюируй их всех! PRавильная журналистика	263
PR-озвучка — ваш голос поверх шедевра — это круто, или Секрет успеха Гоблина	264
Крауд-фандинг	265
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СИЛ	265

СОДЕРЖАНИЕ

КРАТКОЕ НАПУТСТВИЕ	270
ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ЛЕВИАФАНА	271
ЖИТЬ В СТИЛЕ СТАРТАПА!	274
ПРОСТЫЕ РЕЦЕПТЫ	279
Владимир Довгань: «Жить или не жить?», «Быть или не быть?», «Развиваться или сидеть в болоте?»	279
Сергей Мавроди: «Какой еще офис на фиг? Вот счастье-то!»	287
Павел Дуров: «Оседлай время»	291
Максим Ноготков: «Всегда предпочитаю создавать что-то новое»	294
Александр Кравцов: «У меня нет ежедневника. Зато у меня есть голова»	296
Сергей Выходцев: «Идея, обуревающая массы, становится материальной»	301
Сергей Петров: «Я просто люблю клиентов»	304
Артем Тарасов: «Ведь мы одной крови, жители капиталистических джунглей»	306
Радислав Гандапас: «К любой деятельности человек готов до того, как он ее начнет»	308
ПРОПИСЬ СТАРТАПЕРА	314
ПОЛЕЗНЫЕ ИСТОЧНИКИ	317
ПРИЛОЖЕНИЯ	322
Как раскрутить ресторан?	322
Как раскрутить начинающего певца или певицу?	322
Как раскрутить книжный магазин?	323
Как раскрутиться фотографу?	324
Как раскрутить лекарство?	325
Как раскрутить салон элитных отделочных материалов?	326

РАСКРУТКА СУПЕРФИРМЫ

КАК РАСКРУТИТЬ МАГАЗИН В РЕГИОНЕ?	
КАК КОНКУРИРОВАТЬ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ В РИТЕЙЛЕ?	328
КАК РАСКРУТИТЬ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР?	328
КАК РАСКРУТИТЬ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН?	329
ХИТ-ПАРАДЫ PR-ИДЕЙ	331
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	338
БЛАГОДАРНОСТИ	340
БОНУСЫ	341
ПРИМЕЧАНИЯ	342

ПРЕДИСЛОВИЕ

Честно говоря, переписать книгу «СуперФирма» я хотел сразу, как только она вышла. Что-то не понравилось самому, что-то успело устареть. А что-то, наоборот, показалось слишком смелым и инновационным. «Не поймут, рановато еще», — думал я.

Но книга вышла и выдержала еще несколько переизданий, без пометки «исправлено и дополнено». Просто было некогда — ни мне исправлять, ни редакции одобрять, корректировать, редактировать... Спрос надо удовлетворять, пока он есть! А то потом придется подсчитывать «упущенную выгоду». И вот настало время, когда можно чуть-чуть оторваться от текущей работы.

Время «СуперФирм» настало! И вам решать — будет ли суперфирмой именно ваша компания, продукт, услуга или вы сами.

Что же изменилось в книге? Стало больше советов — 101 против 49. Это учитывая то, что какие-то советы я выбросил совсем.

Все вам говорят: «Главное — это взять и сделать!» Мол, книги можно и не читать до конца. Так вот, эта книга представляет вам советы из серии не «взять кувалду и делать дыру в стене», а «взять и включить голову», а потом уже бить точно в цель. Или отказаться заниматься раскруткой фирмы. Мало ли! И такое бывает. Тогда сэкономите время и займетесь чем-то другим. Это же классно — заниматься тем, что реально нравится.