

The background of the entire page is a long-exposure photograph of a car driving on a bridge at night. The car's headlights and taillights have created bright, streaky light trails that curve along the bridge's path. The bridge's structure, including its arches and railings, is visible in the background, illuminated by ambient light. The overall color palette is dominated by the warm yellows and oranges of the light trails, contrasting with the dark blues and greys of the night sky and bridge structure.

Андрей Парабеллум

10 лучших книг по стартапам

Тренинги стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Алексеевич Парабеллум
10 лучших книг
по стартапам. Тренинги
стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=28719893
ISBN 9785449018922

Аннотация

Эта книга – плод выборки 10, на наш взгляд, лучших книг из сотен и даже тысяч книг по этой теме. После тщательного отбора каждая из выбранных книг была внимательно перечитана и законспектирована. Сначала из каждой книги были выписаны основные мысли. Потом художественным языком каждая из них была развернута не более, чем на 1 страницу текста. И потом конспекты лучших 10 книг попали отдельно в этот сборник, который вы держите в своих руках. www.knigavden.ru

Содержание

Введение в серию	6
Подарок	8
Список книг в этой серии	11
Джейсон Фрайд и Давид Хейнемейер Ханссон	12
«Rework. Бизнес без предрассудков»	
О книге	12
Кому нужны эта книга?	14
Об авторах	15
Вам нужно меньше, чем вы думаете, чтобы создать свою собственную компанию.	16
Производите запуск, как только ядро вашего бизнеса готово	
Акцентируйте свой бизнес на том, что вас волнует	18
Сделать ваш продукт неповторимым, чтобы иметь возможность поделиться своими знаниями с другими	20
Наслаждайтесь тем, что вы владеете маленькой компанией, но не забывайте, что вы ведете бизнес	22
Лучше меньше да лучше – научитесь говорить нет, чтобы сохранить простоту своего продукта	24

Не подражайте маркетинговой стратегии и способам коммуникации крупных корпораций – будьте честны, доступны и активны	26
Создайте в своей компании среду, в которой люди честны по отношению друг к другу	28
Будьте гибким и быстрым – строгое выполнение плана не для вас	30
Продуктивность – это не долгие часы работы, а часы целенаправленной и активной работы	32
Нанимайте людей только в случае крайней необходимости, и забудьте о резюме – доверяйте инстинктам	34
Конец ознакомительного фрагмента.	35

**10 лучших книг
по стартапам
Тренинги
стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю**

Андрей Парабеллум

© Андрей Парабеллум, 2018

ISBN 978-5-4490-1892-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение в серию «10 лучших книг по...»

Эта книга у вас в руках появилась неслучайно.

Это – плод выборки 10 на мой взгляд лучших книг из сотен и даже тысяч книг по этой теме.

После тщательного отбора каждая из выбранных книг была внимательно перечитана и законспектирована.

Сначала из каждой книги были выписаны основные мысли.

Потом художественным языком каждая из них была развернута не более, чем на 1 страницу текста для того, чтобы дать вам расширенное понимание каждой из самых ценных идей книги.

Далее каждый конспект был оформлен и подитожен с отдельным вниманием к деталям.

И далее уже конспекты лучших 10 книг попали отдельно в этот сборник, который вы держите в своих руках.

Пролистайте его по диагонали. Прочитайте его полностью. Читайте его кусочками с любого места. Включайте скорочтение или наоборот – наслаждайтесь им медленно и очень вдумчиво.

Делайте пометки на полях. Подчеркивайте самое интересное. Выписывайте идеи на внедрение.

Этот сборник ваш. Используйте его.

И приходите за новыми идеями на www.knigavden.ru/free. Вас ждут сотни таких сокровищ.

С уважением к вашему книжному вкусу,

Андрей Парабеллум

Проект конспектов лучших бестселлеров «Книга в день»

www.knigavden.ru

Подарок

Для читателей этой книги я подготовил специальный подарок: набор моих аудио-тренингов на общую сумму в 500+ долларов:

Ваша личная ссылка: www.andreyparabellum.ru/free

Тренинги, которые Вы можете пройти по этой ссылке:

Прокачка Личной Эффективности и Финансов:

тренинг «**Как научиться учиться**», который объяснит Вам самые быстрые и результативные методики обучения;

тренинг «**Самодисциплина 1**», который заставит Вас прокачать свою личность множеством способов и внедрит нужные Вам привычки за 3 непростых недели;

тренинг «**Взрывное скорочтение**», который научит Вас читать деловую литературу в 2—4 раза быстрее;

тренинг «**Умнобедный 1**», который покажет Вам, как выбраться из ловушки умного безденежья.

Прокачка Вашего Инфобизнеса:

тренинг «**Инфобизнес Live**», который покажет Вам все самые прибыльные модели заработка денег в Инфобизнесе;

тренинг «**Инфобизнес с нуля**», который поможет Вам запустить Ваш новый проект, систематизировать его и вывести его на первую прибыль;

конференция «**Контент маркетинг**», которая научит Вас генерировать потрясающе интересный контент, делиться им со своими читателями, слушателями и зрителями в интернете и быстрыми темпами наращивать свою клиентскую базу.

Прокачка Вашего Бизнеса:

тренинг «**Трансформация бизнеса**» (12 модулей), который поможет Вам оптимизировать и систематизировать Ваш бизнес.

Зачем я это делаю?

Я искренне верю, что когда Вы начнете внедрять хотя бы малую часть той информации, которую Вы услышите, Ваша жизнь начнет меняться к лучшему.

И Вы в свою очередь поможете кому-то еще.

И так эта эстафета добра будет идти по планете, делая нашу жизнь все лучше и лучше...

Список книг в этой серии

- 10 лучших книг по финансам
- 10 лучших книг по успеху в бизнесе
- 10 лучших книг по стартапам
- 10 лучших книг по психологии
- 10 лучших книг по продажам и маркетингу
- 10 лучших книг по построению карьеры
- 10 лучших книг по менеджменту
- 10 лучших книг по личной эффективности
- 10 лучших книг по лидерству
- 10 лучших книг по инфобизнесу
- 10 лучших книг по интернет бизнесу
- 10 лучших книг по бизнесу

Джейсон Фрайд и Давид Хейнемейер Ханссон «Rework. Бизнес без предрассудков»

О книге

О том, как начать свой бизнес. Если хотите – параллельно с основной работой. И о том, как усовершенствовать ваш имеющийся бизнес, а точнее – ваши взгляды на него. С тем, чтобы обрести невиданную ранее степень свободы.

О том, какой оптимальный размер компании, зачем ей расти, что и как нужно на самом деле планировать и нужно ли учиться на ошибках. И о многом другом, знакомом и неожиданном.

Книга написана практиками. Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемейер Ханссон – весьма успешные интернет-предприниматели, основавшие легендарную 37signals. Компанию из 14 сотрудников, продуктами которой пользуются более трех миллионов человек по всему миру!

Читается на одном дыхании. Рассеивает все сомнения

на дальних подступах. Вдохновляет. Сбивает с толку. Выводит из зоны комфорта. И дает полезную практическую базу.

Вы и не подозревали, что бизнес может быть ТАКИМ.

«Поскребите по поверхности, и вы выясните, что обитатели „реального мира“ наполнены пессимизмом и отчаянием. Хуже того, они хотят и остальных затащить в свою могилу. Если вы полны надежд и амбиций, они постараются убедить вас, что реализовать ваши идеи невозможно. Они скажут, что вы впустую тратите свое время. Не верьте им. Такой мир может быть реальным для них, но это не значит, что вы должны жить в нем».

«Rework» разрушает традиционные представления о том, как управлять бизнесом и предлагает коллекцию из нетрадиционных советов для продуктивности общения и развития продукта.

Эти уроки основаны на собственном опыте авторов в создании и развитии их компания до уровня, на котором он генерируют миллионы долларов прибыли ежегодно.

Кому нужны эта книга?

- Каждому, кто хоть раз думал о создании собственной компании;
- Всем, кто интересуется тем, какой должна быть работа в 21-м веке;
- Тем, кто пытается создать условия продуктивности в компании.

Об авторах

Джейсон Фрайд – это один из основателей компании «37signals», занимающейся веб-разработкой, которая предлагает простые, но мощные инструменты для сотрудничества.

Давид Хейнемейер Ханссон – является партнером Джейсона и создателем популярной платформы для программирования «Ruby on Rails», которой пользуется не только «37signals», но и Твиттер, Hulu и тысячи других веб-сервисов.

Предыдущая книга «Getting Real» тандема также была бестселлером.

Вам нужно меньше, чем вы думаете, чтобы создать свою собственную компанию. Производите запуск, как только ядро вашего бизнеса готово

Основать свой собственный бизнес сейчас как никогда проще. Если вы решили начать с малого, вам нужно гораздо меньше времени и ресурсов, чем вы представляете.

Во-первых, прозондировать почву: не бросить свою постоянную работу, чтобы работать по 100 часов в неделю на свое дело. Просто оцените свой энтузиазм, выделяя несколько часов в неделю на работу со своей идеей. Вам не надо брать неподъемный кредит – просто используйте все инструменты и оборудование, которые есть в вашем распоряжении или которые вы легко можете приобрести, не влезая в долги. Единственное, что вы можете использовать – это внешнее финансирование, но только в крайнем случае, потому что его поиск отнимет у вас много времени и сил.

В большинстве случаев, все, что вам нужно – это ноутбук и идея, чтобы начать работу; все остальное не имеет прямого отношения к вашему успеху в любом случае.

При запуске вашего предприятия, сосредоточьте все усилия на создании ядра вашего бизнеса. Без него ваш бизнес не может функционировать. Например, сосиски являются ядром бизнеса по продаже хот-догов. Но ядро должно быть еще и тем, что не изменится на протяжении времени и будет иметь спрос. К примеру, ядро бизнеса «Амазон» – не только книги, оно и быстрая доставка, доступные цены и большой выбор. Издательские причуды приходят и уходят, а за эти вещи люди всегда будут готовы платить.

Как только ваше ядро готово, сразу запускайте продукт. Не ждите, пока «отполируете» его.

Вы можете уточнить детали позже. Когда компания «37signals» выпустила свой продукт «Basecamp», они не могли даже выставить счета клиентам. Но у них было 4 недели, чтобы устранить недостаток. Просто запустите продукт, и все пойдет своим чередом.

Вам нужно меньше, чем вы думаете, чтобы создать свою собственную компанию – производите запуск, как только ядро вашего бизнеса готово.

Акцентируйте свой бизнес на том, что вас волнует

Если вы уже поняли, чем уникален ваш бизнес и на чем вы хотите сделать акцент – сделайте стенд для себя и посетителей, который будет содержать информацию об этом. Просто, если вы собираетесь что-то сделать, сделай это так, чтобы этим можно было гордиться.

Некоторые люди начинают свой бизнес с единственной целью – заработать. По сути – это абсурд, потому что успешный бизнес невозможно построить только на желании зарабатывать все больше и больше. Дело должно быть основано на страсти.

Оформление стенда с информацией о вашей уникальности и ваших принципах – отличный способ привлечь клиентов.

Рассмотрим Vinnie's Sub Shop в Чикаго: они перестали продавать бутерброды в обед, потому что хлеб к этому времени был уже не таким свежим, как утром. Они пожертвовали дополнительным доходом днем, чтобы сохранить свою репутацию и не предать свои принципы. И их клиенты ценят эту преданность свежести.

Кроме того, это прекрасный способ быть конкурентоспособным, по отношению к соперникам. Если вы будете управлять маленькой кофейней для людей, любящих уют и некую индивидуальность, вы станете чем-то вроде анти-Старбакса. Такое позиционирование неизбежно привлечет внимание людей и принесет вам клиентов.

Не позволяйте себе следовать стратегией ваших конкурентов. Если вы задались целью сделать копию iPhone 5, вы обречены всегда быть на один шаг позади конкурента. Сосредоточьтесь на том, что вы делаете, а не на том, что делают другие.

Акцентируйте в свой бизнес на том, что вас волнует.

Сделать ваш продукт неповторимым, чтобы иметь возможность поделиться своими знаниями с другими

Если ваша компания является успешной, другие будут пытаться копировать ваш продукт. Ваша единственная защита – сделать ваш продукт неповторимым, опираясь на то, чем он уникален.

Например, генеральный директор Zappos Тони Шей настолько одержим качеством обслуживания клиентов, что решил сделать его приоритетным в работе своего предприятия. В то время, как конкурирующие обувные магазины могут продавать такие же кроссовки как и «Zappos», они не могут подражать этой беззаветной преданности хорошему обслуживанию клиентов.

Отличный способ найти свою уникальность – создать продукт или услугу, которым или которой вы бы сами пользовались с удовольствием. Например, когда тренер по бегу Билл Бауэрман хотел создать легкие кроссовки для своей команды, он налил резины в вафельницу своей семьи и изобрел знаменитые вафельные подошвы Nike.

Обычно, люди ждут чего-то особенного от продукта, который приобретают, и часто бывают разочарованы фактами. Ваш продукт, напротив, должен быть настолько простым и легким в использовании, что людям он понравится даже больше, чем они ожидали, и они расскажут об этом своим друзьям. Ваш продукт должен быть, как наркотик: чтобы попробовав его единожды, люди захотели приходить к вам снова и снова.

Как только вы создали уникальный продукт, способный продаваться снова и снова – вы можете запускать его, не страшась того, что конкуренты станут его копировать. Вы, словно знаменитый повар, бесплатно раздающий свои рецепты в кулинарных шоу или выпускающий книги, можете открыто делиться своими идеями, опытом и инструментами с другими. А еще лучше, создать пошаговые руководства и видеокурсы! Большинство компаний – особенно крупных – настолько скрытны, что вы можете получить реальное конкурентное преимущество за счет активного обучения людей вещам, которые вы знаете.

Сделать ваш продукт неповторимым, чтобы иметь возможность поделиться своими знаниями с другими.

Наслаждайтесь тем, что вы владеете маленькой компанией, но не забывайте, что вы ведете бизнес

Множество стартапов ориентированы на расширение границ рынка и целевой аудитории, однако больше – не всегда лучше.

Рассмотрим элитные школы, типа Гарварда и Кембриджа. Вы думаете, они направлены на распространение своих кампусов по всему миру и обучение сотен тысяч людей ежегодно? Вряд ли.

Они ценны своей «невеликостью».

Например, то, что вы являетесь небольшой компанией и свободны от преследования СМИ, позволяет вам экспериментировать с продуктом, не боясь огласки. Например, знаменитые Бродвейские мюзиклы впервые были поставлены в небольших городах, далеко от Нью-Йорка. Вы также можете воспользоваться своей непопулярностью, чтобы поэкспериментировать с разными идеями и инструментами.

Небольшая компания также может позволить себе держать всю команду под контролем, получать информацию по обратной связи, что называется, «из первых уст» и быстро реагировать на требования рынка и нужды клиентов. В большой компании со сложной иерархией реакция на обратную связь гораздо медленнее. А когда каждый несет ответственность за удовлетворение клиента, вы можете реагировать на любые проблемы быстро, что необходимо для эффективного обслуживания.

Тем не менее, быть небольшой компанией вовсе не означает, что вы должны забыть, что вы ведете бизнес. Многие стартапы оторваны от реальности и живут мечтами, в которых они радостно тратят деньги инвесторов, не заботясь о рентабельности. Создатели таких компаний всего-навсего пытаются сделать бизнес из своего хобби, не задумываясь о том, способно ли оно приносить доход. Если вы хотите построить успешный бизнес, вы должны иметь четкий план по доведению своей идеи до продукта, приносящего доход.

Наслаждайтесь тем, что вы владеете маленькой компанией, но не забывайте, что вы ведете бизнес.

Лучше меньше да лучше – научитесь говорить нет, чтобы сохранить простоту своего продукта

Когда шеф-повар Гордон Рамзи создавал меню для своего телешоу «Kitchen Nightmares», он всегда начинал процесс таким способом: он сокращал первоначальное меню примерно на две трети.

Делайте то же самое со своим продуктом – минимизируйте количество функций, чтобы ваш продукт оставался простым. Если вы хотите сделать что-то великое, вы должны исключать хорошее, чтобы найти лучшее. Полюбите эти ограничения. Как писал Эрнест Хемингуэй, получивший Нобелевскую премию за повествовательное мастерство: «Вы можете сделать отличный продукт или услугу с очень немногими функциями».

Если ваши конкуренты предлагают продукт с множеством функций, не пытайтесь переиграть их, предлагая еще более функциональный продукт. Вместо этого, создайте продукт, которым легко и удобно пользоваться. Добавьте ему значимости отказом от массовых продаж. Вдумайтесь: великие художественные галереи не проводят выставки живописи всех

живописцев, выбирая лучшее. Вы также должны отбросить лишнее и поручиться за то, что ваш продукт – лучший.

Безусловно, сохранять уникальность продукта не легко, когда вы получаете все больше и больше заказов. С ростом потребностей клиентов появляется необходимость расширять производство и, возможно, команду.

Не нужно сразу бросаться исправлять ваш продукт по просьбам клиентов – добавляя новые функции к своему продукту, вы очень быстро сделаете его неузнаваемым, а это может отпугнуть других потенциальных клиентов.

Говорите «нет» даже самым лучшим идеям, услышанным впервые. Если вносимое предложение действительно важно клиентам, оно будет звучать достаточно часто, и тогда вы уже не сможете его игнорировать.

Лучше меньше да лучше – научитесь говорить «нет», чтобы сохранить простоту своего продукта.

Не подражайте маркетинговой стратегии и способам коммуникации крупных корпораций – будьте честны, доступны и активны

Нет ничего зазорного в том, чтобы давать людям подлинную информацию о размере вашей компании. Вы должны гордиться своей «невеликостью», позволяющей откровенно общаться со своими клиентами, не создавая пафосных пресс-релизов, свойственным бизнес-корпорациям.

Например, вы легко можете сказать, что вы честны по отношению к клиентам, нежели использовать громоздкую фразу конкурента-магната «Прозрачность стоит во главе угла в нашей компании».

Вы спокойно можете экономить на дорогой рекламе и активном маркетинге, используя бесплатные инструменты продвижения: каждый в компании должен быть ответственен за маркетинг. Используйте рассылку, информацию в блогах и на страницах в соцсетях, телефонные звонки. Делитесь информацией со своими клиентами и просите обратной связи. Это не будет стоить вам ни копейки и привлечет внимание потенциальных клиентов.

Покажите «закулисье» своей компании клиентам. Нет ничего зазорного в том, чтобы клиенты знали о ваших сотрудниках чуть больше, чем они могут узнать при стандартной схеме ведения бизнеса.

Когда вы пытаетесь рассказать о своей компании, выберите не широкие СМИ, а тематические журналы, группы в соцсетях, блоги и т. д. Это позволит дать наиболее четкую и емкую информацию, вместо общих статей, и привлечет гораздо больше потенциальных клиентов, чем общественные средства массовой информации.

Кроме всего прочего, быть честным – означает быть честным во всем: как в достоинствах, так и в недостатках или ошибках.

Люди не любят компании, которые пытаются скрыть свои провалы. Если есть плохие новости, не пользуйтесь «сладкими» фразами, типа: «Мы приносим свои извинения за причиненные неудобства». Вместо этого подумайте, что бы вы хотели услышать, если бы были клиентом своей компании.

Не подражайте маркетинговой стратегии и способам коммуникации крупных корпораций – будьте честны, доступны и активны.

Создайте в своей компании среду, в которой люди честны по отношению друг к другу

Если вы относитесь к своим сотрудникам, как к детям — будьте готовы к тому, чтобы делать за них половину работы. При таком раскладе ваша команда очень быстро превратится из группы мыслящих креативщиков в стандартных исполнителей, что неизбежно приведет к тому, что вы станете и мозгом, и идейным центром и т. д. Вам нужны самостоятельные сотрудники, которые раскрывают потенциал именно тогда, когда им оказывают доверие и предлагают самостоятельно решать определенные проблемы компании.

Одной из определяющих характеристик честности в компании является прямолинейность в общении. Избегайте абстрактных образов и безличных сравнений. Изъясняйтесь четко и прямо, говорите именно то, что думаете. И не пытайтесь решать проблемы, обсуждая их на совещаниях, вместо этого берите конкретную проблему и решайте ее на месте.

Критика должна быть такой же честной. Если ваша команда слишком велика и многие сотрудники даже не знакомы, вы поймете, что честного и свободного диалога не получает-

ся. Вам нужно откровенное, честное общение внутри своей команды. И критика должна применяться всегда, когда есть недочеты.

Наконец, существуют определенные слова, которых вы должны избегать при общении внутри команды. Рассмотрим ситуацию, когда вы столкнулись с, казалось бы, невыполнимой задачей, а кто-то преуменьшает значение ситуации: «Это нам жизненно необходимо, у вас должно получиться». И у вас не осталось аргументов, не так ли? Много слов, не относящихся к сути дела, могут запросто убить последнюю надежду.

Также, прекратите использование слов «как можно скорее», когда вы кого-то о чем-то просите. Человек испытывает стресс и просто продолжает делать другие, не менее срочные запросы.

Создайте в своей компании среду, в которой люди честны по отношению друг к другу.

Будьте гибким и быстрым – строгое выполнение плана не для вас

Стартап имеет преимущество перед бизнес-корпорацией в том, что может быстро реагировать на внешние изменения и принимать решения, по изменению стратегии. Говорите «давайте примем решение» вместо «давайте подумаем». Не ищите идеального решения: найдите хорошее и двигайтесь дальше.

Не занимайтесь чрезмерным анализом и планированием. В любом случае, составление плана основывается лишь на догадках и гипотезах. Если вы начинаете, предполагая, что ваши планы верны, а потом слепо верите в них, вы теряете способность к импровизации, что очень опасно.

Вместо этого, предоставьте событиям возможность идти своим чередом. Не принимайте решения заранее, делайте это на месте. Думайте о вещах, которые волнуют вас сейчас, а не тех, что будут волновать вас через год. Мелкие решения, призванные быстро менять ситуацию незамедлительно, имеют гораздо менее сложные последствия, если они не верны.

Аналогично, не делайте масштабных оценок типа «этот годовой проект обойдется нам приблизительно в \$1 милли-

он». Если вы хотите точности, делите ваши оценки на мелкие, с диапазоном в неделю или несколько недель. Таким образом, вы уменьшите масштабы последствий.

Наконец, когда вы пытаетесь принять решение, не бойтесь, что что-то может пойти не так. У любого решения есть недостатки, но вы всегда можете справиться с ними, когда они проявятся (Хотя большинство может и не проявиться).

Будьте гибким и быстрым – строгое выполнение плана не для вас.

Продуктивность – это не долгие часы работы, а часы целенаправленной и активной работы

Многие люди приравнивают продуктивность и успех к длительной работе, когда на самом деле все наоборот. Лучшие сотрудники часто имеют насыщенную жизнь вне работы, поэтому они упорно трудятся, чтобы быть свободным после 17—00.

Трудоголики, которые остаются допоздна, могут даже навредить своей компании, чувствуя себя виноватыми и теряя мотивацию.

Путь увеличения продуктивности на работе начинается с сокращения перерывов, которые снижают концентрацию. Объявите своей команде, что есть определенное время в течение дня или недели, когда перерывы запрещены.

Худшая разновидность перерывов это, конечно, встречи и собрания. Часовое собрание из 10 человек равноценно потере 10 часов работы. В некоторых редких случаях это может быть оправдано, но зачастую собрания не несут никакой пользы для реального дела. Короче говоря, они созданы для

разговоров, а не дел.

Еще один враг продуктивности – это перфекционизм. Погружение в сложные проблемы с целью выработать идеальные решения для них может потреблять недели серьезных усилий, когда на самом деле достаточно быстро исправить ситуацию и устранить ошибку. Чтобы действительно быть продуктивным, принимайте решения, которые позволяют добиться максимальной продуктивности при минимальных затратах. «Хорошо» в бизнесе зачастую лучше, чем «идеально».

Один из способов преодолевать перфекционизм – это деление больших проектов и задач на мелкие. Это не только значительно упрощает работу со сложными проектами, но и дает дополнительную мотивацию при достижении каждой маленькой цели. Продуктивность – это не долгие часы работы, а часы целенаправленной и активной работы.

Нанимайте людей только в случае крайней необходимости, и забудьте о резюме – доверяйте инстинктам

Некоторые компании увлекаются наймом людей. Встретив хорошего профессионала, они решают нанять его, даже если без него вполне можно обойтись. Вот где начинается беда.

Решение нанять сотрудника должно быть обусловлено острой необходимостью решить важные проблемы компании, которые не в силах решить вы или уже имеющиеся сотрудники. Поддержание мотивации в команде и совместный поиск решения проблем, гораздо полезнее как для команды, так и для компании в целом, нежели наем бесполезных сотрудников, даже если они супер-профессионалы. К тому же, имея небольшую компанию, вы вполне можете обращаться к разовым услугам нужных специалистов. Но если вы готовы принять на работу сотрудников со всего мира, вы всегда сможете найти отличных профессионалов, зачастую лучших, чем ваши нынешние сотрудники. Практически каждый в наше время может работать через интернет, поэтому географическое местоположение ваших сотрудников, в основном, не имеет значения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.