



# ВЫБОР МУЖА КАК БИЗНЕС-ПРОЕКТ

Вы наверняка уже пробежались по оглавлению книги и заметили, что многие главы имеют маркетинговые названия. Вас это не смущает? «Брачный рынок», «воронка продаж», «упаковка товара», «уникальное торговое предложение», «лидогенерация» и прочие термины, уместные скорее на совещании по стратегии продвижения, а не в книге про замужество и любовь... Не волнуйтесь, речь не идет о товарно-денежном обмене в отношениях между мужчиной и женщиной. Никаких «секс за содержание» и «ночь на кушетке за провинность» в книге не будет. Просто мне бизнес-терминологией пользоваться удобно и привычно: я окончила стартап-академию Сколково, много лет проработала в рекламе, маркетинге и PR. Создание и пошаговая реализация проектов — мой профиль. Думаю, что и вам взглянуть на выбор мужа по-новому будет интересно.

Названия глав и используемая в книге терминология соответствуют основной идее — применению маркетинговых инструментов к созданию семьи.

Я уверена, что сначала у человека формируется потребность в семье, а уже потом встречается идеальный партнер. Конечно, бывают случаи, когда заядлый холостяк или убежденная противница замужества теряют голову от страсти и вступают в брак. Но это скорее говорит о том, что на сознательном уровне они просто игнорировали свою потребность в семье и провозглашали ценности, для них уже устаревшие.

Я много раз задавала людям вопрос о планах на создание семьи — лично и через социальные сети. Чаще всего ответ выглядел так: «Да, семью, наверное, нужно будет когда-нибудь создать, но пока не с кем, и есть другие задачи (диплом получить, карьеру построить, здоровье в порядок привести, мир посмотреть, квартиру/машину купить и т. д. и т. п.).»

Если провести аналогию с покупкой, получается, что брак сейчас не является необходимым вложением, он не настолько привлекателен, чтобы тратить на него ресурсы в первоочередном порядке.

Современный мир уже не навязывает семью как единственный возможный сценарий. Общение, поддержку, секс и даже некий суррогат любви сейчас можно получить вне брака. Даже смешные моменты, связанные с экономией, уже давно не работают: и машин на семью хочется две, и холодильников бывает несколько, и вообще человек любого пола, живущий один, легко и без проблем может себя обслуживать и обеспечивать.

Следовательно, единственная мотивация для создания семьи сегодня — потребность души. Рано или поздно она просыпается практически у всех. Быстрее всего отмечают у себя эту потребность люди, которые в принципе хорошо чувствуют потребности своей души. И часто в России это женщины, поэтому и кажется, что женщин, мечтающих о замужестве, больше, чем мужчин, стремящихся к созданию семьи. Но объективно это не так. Есть, конечно, чисто статистические предпосылки: с каждым десятилетием, начиная с двадцатилетнего возраста, число мужчин относительно женщин уменьшается на 2–3 %. Если количество парней и девушек студенческого возраста в среднем по стране примерно одинаково (в некоторых регионах мужчины даже в большинстве), то к 30 годам на 100 женщин остается уже всего 98 мужчин, к сорока — 95, а к пятидесяти уже как в песне: «На десять девчонок по статистике девять ребят». Дальше картина становится еще хуже из-за ранней мужской смертности в нашей стране. Но в детородном возрасте количество мужчин и женщин сопоставимо<sup>1</sup>.

В современной культуре принято считать, что женщина всегда хочет замуж, а мужчина жениться не хочет: не готов брать на себя ответственность и становиться главой семьи. И это тоже миф! Мужчин, мечтающих о детях и любящей жене, мужчин, которые хотят заботиться и защищать, предостаточно. Они создают семьи, растят детей в любви

---

<sup>1</sup> Данные Росстата «Число женщин на 1000 мужчин в разных возрастных группах».

и счастье. Почему они женятся не на вас? А вот тут вступают в силу те самые рыночные законы: то, что такой мужчина ищет в браке, он не находит в вас. Если вы хотите создать счастливую семью, нужно выбрать из миллионов мужчин того, чьи потребности совпадут с вашими возможностями и чьи достоинства удовлетворят ваши нужды. Вот здесь и начинается маркетинговый подход, ведь маркетологи умеют увязывать потребности покупателей и свойства товара.

Согласно Ф. Котлеру, маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинговые наработки взяли на вооружение рекрутеры: они подбирают идеальных членов в определенные команды. Воспользоваться готовыми, проверенными на сотнях миллионов людей инструментами я предлагаю и вам.

Конечно, не стоит приравнять себя к товару, который ждет покупателя на полке. Или играть в корпорацию, которая выбирает лучшего кандидата на вакансию. Каждый из нас — человек, индивидуальность. Не товар, не бизнес и даже не коллектив. Хотя если у вас есть дети и вы планируете выйти замуж, уже сложившемуся домашнему коллективу новый выбор тоже придется «продать».

Мы возьмем на вооружение только те маркетинговые инструменты, которые применимы к человеку, и адаптируем их, чтобы результат помог создать счастливую семью.

Любовь — это не мурашки по коже, не бабочки в животе и не эмоции через край — все это влюбленность (она же эротический интерес и страсть). Влюбленность может превратиться в любовь, а может и не превратиться. Тут важны осознанность и ясность взгляда, желание и намерение любовь растить. Собственно, семья нужна для того, чтобы помочь паре вырастить осознанность и любовь.

Убедила? Или вы все еще думаете, что путь к счастливому браку выглядит так: случайная встреча — любовь с первого взгляда — нам все друг в друге нравится — сразу решаем всю жизнь прожить вместе — на утро подаем заявление в ЗАГС?

Разочарую вас: так не бывает.

Иногда мужчина может сделать предложение на второй день знакомства (причем вполне серьезно). Но это значит, что все шаги, описанные в этой книге, он уже сделал, все продумал, и проработал, и узнал про вас все, что ему нужно для принятия решения. Остается только задать ему все важные для вас вопросы, и если ответы вас устроят, принять предложение.

Не знаете, что спросить? Или замуж вас пока не зовут? Тогда читайте книгу и обязательно делайте упражнения. Удачи вам!