

Александр Мартаков



Мастермайннд  
ИЛИ  
МОЗГОВОЙ ШТУРМ

# Александр Мартаков Мастермайнд, или Мозговой штурм

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=69650374](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69650374)  
SelfPub; 2023*

## **Аннотация**

Мастермайнд или мозговой штурм – один из наиболее эффективных способов получить максимум идей для "затыка" в бизнесе (и не только) в короткое время. Нужно только найти единомышленников... Это первая мини-книга серии, посвященной мастермайндам от автора, за плечами которого сотни подобных мероприятий в роли участника, ведущего и эксперта. Начинаю делиться опытом!

# Содержание

Предисловие	4
Глава 1. Что такое мастермайнд?!	7
Глава 2. Организатор или Мастер?!	11
Глава 3. Тематический или свободный ММ	16
Глава 4. Мастер или Эксперт	19
Пример с мастермайнда	21
Заключение	24
Об авторе	25
Как меня найти	28

# Александр Мартаков

## Мастермайнд, или Мозговой штурм

### Предисловие

Рад вас приветствовать на страницах этой мини-книги, дорогие читатели!

Чуть больше трех лет назад я, довольно опытный маркетолог, пришел в «Лайк-Центр», чтобы пройти бизнес-обучение. Это были непростые времена мировой пандемии, различных ограничений, в том числе на живые встречи и свободное перемещение, поэтому приходилось перестраивать многие бизнес-процессы. Фактически, именно тогда окончательно «накрылось медным тазом» многолетнее партнерство в рамках веб-студии с ребятами, которых я считал не просто коллегами, а довольно близкими друзьями. Началась новая жизнь, непростая, но интересная. Ладно-ладно, это было за почти полгода до «Лайка», но...

Скажу честно и сразу: учиться было напряжно, домашних заданий полно, но ничего особенного на первых неделях я так и не услышал. Даже всерьез подумывал сделать возврат средств и закончить с этим экспериментом, но решил подо-

ждать и посмотреть, что же из всего этого получится. И не зря...

Помимо основного курса, занимавшего целые субботы, вечера в понедельник и четверг, региональные партнеры «Лайка» устраивали встречи офлайн, в кафе, кажется, по средам. Со своим потоком я на них не ходил, увы... то болел, то времени не хватало, то еще какие-то отмазки находились, а вот со следующим пошел, уже оставшись в экосистеме «Лайка» в качестве Свяznego (это отдельная история, как-нибудь потом расскажу). И только тогда понял, как много потерял: ребята устраивали мастермайнды и бизнес-разборы с приглашенным экспертом... бесплатно!.. каждую неделю! Представляете?!

С учетом того, что у нас были встречи, разборы, ответы на вопросы онлайн в рамках «дивизии «Маркетинг»», где было более сотни участников со всех концов мира, эти милые «домашние посиделки» казались чем-то не очень интересным, ведь там люди с разным бизнесом или только мечтами о нем, совершенно разным уровнем подготовки и своими собственными историями. Но! Именно это и оказалось самым интересным, ведь нас было мало, поэтому каждый не только слушал эксперта и пару смельчаков, поборовших смущение и выставивших себя «на посмешище», но и говорил! Да, порой наивно, не всегда по делу, но с каждой встречей огонь в глазах становился все ярче. К тому же никто не запрещал приходить на встречи снова и снова, даже когда поток обуче-

ния уже был завершен. Знакомиться с новыми людьми, развивать свою сеть контактов (об этом еще поговорим отдельно в серии «Нетворкинг») и, конечно, задавать самые важные в настоящий момент вопросы. И это давало результаты, по себе знаю! Не только лично мне, но и тем ребятам, кто ходил уже на мои мастермайнды. Забегая вперед, скажу, что участвовал в качестве ведущего и эксперта более чем в 500 мозговых штурмах и бизнес-разборах. Это незабываемый опыт, уж поверьте! У меня даже в «Хрониках Макса», серии художественных романов про попаданцев, ребята устраивают весьма полезные «мозговые штурмы». Вот как!

Давайте поговорим о том, что за зверь такой **мастер-майнд** более подробно.

Погнали?!

# Глава 1. Что такое мастермайнд?!

Если обратиться к Вездесущему Интернету, то *мастермайнд* – это групповой формат работы, в рамках которого участники обмениваются идеями, помогая друг другу в достижении личных, профессиональных и бизнес-целей. Вот так вот и никак иначе!

А теперь попробую рассказать своими словами, с учетом трехлетнего опыта участия и проведения подобных мероприятий как в рамках «Лайк-Центра», так и других проектов.

Мастермайнд или «мозговой штурм» – это, несомненно, один из наиболее эффективных форматов групповой работы, который можно использовать практически в любой сфере деятельности, не только в бизнесе. Однако, поскольку мы с вами предприниматели, то поговорим именно об эффекте для бизнеса.

Итак, собралась группа людей со сходными интересами – предприниматели. Прямо как мы на первый ММ, который я посетил около трех лет назад... У каждого – своя ниша, цели, задачи, проблемы... которые хочется обсудить и получить ответ, совет, а лучше – практическую рекомендацию или рабочую гипотезу, желательно, проверенную на практике, да еще в этой же нише. Фантастика?! Смотря кого соберете...

Если говорить строго, то существует целая методика про-

ведения мастермайнда, а ведущих (Мастеров, как нас еще называют) учат этому. Я тоже проходил подобное обучение, нацеленное на получение максимального результата участников в разумные сроки мероприятия, не растягивая процесс на долгие часы. И сейчас поделюсь с вами парочкой секретов...

1. Каждый участник представляется в течение 2-3 минут, рассказывая о себе, бизнесе и текущей ситуации – своеобразный нетворкинг + погружение в тему + настройка на совместную работу.

2. Каждый участник задает только один вопрос, на это ему дается 1-2 минуты, не более, чтобы рассказать детали, нюансы, что уже пробовали и т.д.

3. Остальные участники по очереди в течение 30-60 секунд на каждого «накидывают» идеи, основываясь на собственном опыте или информации, полученной откуда-то еще. Крайне желательно указывать источник идеи и/или протестирована ли она на практике самим участником или его близким окружением (хотя и не обязательно). Автор вопроса записывает ответы, не анализируя их, не вступая в полемику, исключив внутреннего критика – пока это просто поток мыслей.

4. Процесс повторяется для каждого участника мероприятия. В результате каждому из 5-7-10 участников (или сколько их у вас на самом деле) на заданный вопрос «генерируется» несколько идей, с которыми можно работать дальше.



Крайне желательно активно участвовать, фиксировать «зацепившие» ответы и для других, а также возникающие при этом мысли. Часто в голову приходит такое... (не 18+, а то еще подумаете чего)...

5. Как только «прошлись косой» по всем участникам, можно пойти на новый круг, если время и силы позволяют, или финализировать мастермайнд. Это зависит от регламента и времени, которым вы располагаете.

6. Каждый участник подводит итоги: получил ли он ответ на свой запрос? И, что самое главное, какие гипотезы, основанные на полученных идеях, он берет в работу на ближайшее время – как правило 1-2 недели.

7. На следующей встрече в том же составе, если они регулярные, сначала подводятся итоги по взятым в работу гипотезам, а уже потом начинается непосредственно мастермайнд. И, конечно, в течение «паузы» никто не мешает участникам общаться в чате, если таковой существует, обсуждая идеи, гипотезы и предпринятые шаги.

8. Оптимально повторять ММ 1 раз в 1-2 недели, в зависимости от масштаба задач и загруженности участников, сохраняя при этом групповой формат участников на 4-6 встреч и более. В таком случае получаются наиболее заметные результаты.

9. Важно! Мало прийти на ММ и «поболтать», нужно делать! Получили идеи, советы, озарения... сформулировали гипотезы... Внедряйте! У вас всего 24 часа. Порой об этом

забывают...

**Задание:** найдите мастермайнд в своем городе и сходите на него. Если нет офлайн мероприятия, то найдите онлайн группу.

## Глава 2. Организатор или Мастер?!

На самом деле организовать мастермайнд может каждый, с этим нет никаких проблем. Просто берете и пишете в один из активных чатов, где есть ваши единомышленники: есть запрос, нужна помощь в формате «мозгового штурма». Или что-то в этом роде, смотря о какой «тусовке» мы говорим. А дальше просто: обозначаете время и место, набираете достаточное количество участников и вперед, на амбразуры. Рекомендую, чтобы на ММ было не меньше 5 участников, лучше 10-12. Тогда и по времени все получится достаточно разумно, и всем будет более-менее интересно. Все-таки о разнородности участников не стоит забывать (отдельно еще поговорим об этом позднее).

Основная задача **организатора** – собрать всех участников в нужное время в нужном месте, обеспечить саму возможность проведения мероприятия. Для офлайна – это помещение, офис или отдельный кабинет в кафе/ресторане, а для онлайн – Zoom, Skype, Яндекс.Телемост, трансляция/видеочат в канале/группе в Telegram и т.д., возможностей для эффективного и удобного проведения видеовстреч сейчас хватает, вовсе не обязательно использовать платные версии – тот же Zoom, к которому мы привыкли за время пандемии.

Все, других задач именно у организатора нет. Анонсы раз-

мещены, участники набрались и дошли до места проведения, вода, листочки и ручки для записи имеются... понеслась душа в рай!

У **ведущего** мастермайнда или **Мастера** активная деятельность только начинается, когда решены все организационные моменты и начинается непосредственно встреча. Именно ведущий объясняет новым участникам, особенно тем, кто никогда не участвовал в подобных мероприятиях, что и по каким правилам будет происходить в ближайшие пару часов (или дольше, это уже от вас зависит). Пример самого процесса проведения ММ был выше, поэтому не буду повторяться.

Как только обозначены правила, начинается круг – представление. Обычно на этот процесс уходит по 1-3 минуты на участника. Можно сразу задавать вопрос на встречу, но лучше оставить его на следующий круг, когда все познакомятся друг с другом. Кстати, о том, как сделать классную «лифтовую презентацию» мы поговорим отдельно, в одной из следующих мини-книг.

Идеально, если организатор и ведущий (или «два-в-одном», как шампунь и кондиционер) заранее позаботятся об участниках и подготовят раздаточные материалы, в которых будут установочные данные на всех участников: имена и фамилии, род занятий, пара предложений о них и бизнесе, а также контактные данные, включая соцсети, если таковые ведутся (например, Tenchat). Это позволит сэкономить вре-

мя и не запоминать, кого и как зовут. Да и бейджи на груди помогут обращаться к собеседнику по имени, а не просто обезличено.

**Тайминг!** Это самое главное, на что должен обращать внимание ведущий. Конечно, не очень хорошо обрывать участников на полуслове, хотя бы предложение нужно дать закончить, но ограничивать бесполезное словоблудие не только можно, но и нужно. Именно поэтому на представлении выделяется 1-3 минуты, далее на круг вопросов – по 1-2 минуты на участника, после чего на ответы – по 1 минуте, самую суть. Конечно, с согласия участников можно дать еще несколько секунд, но не более. Помните, что это не бизнес-разбор, а мастермайнд, т.е. свободная генерация идей.

**Никаких обсуждений и критики!** Вот это еще одна задача ведущего – следить за тем, чтобы «полет фантазии» не прерывался комментариями «так не работает» как от самого автора вопроса, так и от других участников. Все эмоции, комментарии, замечания – «ф топку», на потом, во время основной части мастермайнда им просто не место. Иначе процесс затянется до бесконечности, участники устанут, а эффективность упадет.

**Взаимное уважение!** Пожалуй, на этом нужно акцентировать особое внимание, ведь многие забывают... Как только участник получает ответы на свой вопрос, он может просто «исчезнуть» из процесса, «отключиться», решив, что пора заниматься своими задачами. И еще одна задача ведуще-

го – не допускать такого поворота событий. Как минимум, это не очень-то красиво, ведь другим тоже нужны ответы, основанные на чужом опыте и знаниях. Кроме того, нередко получаешь такие инсайты и идеи, что только успевай фиксировать. Хотя, казалось бы, «штурмуют» совсем уже не твой запрос...

**Фиксация главного!** Строго говоря, это не задача ведущего. Каждый участник должен сам делать заметки, если пришел на встречу не только ради тусовки. Увы, многие на офлайн-мероприятия для этого и ходят, особенно когда они проводятся в кафе или ресторанах... Однако, никто не мешает вам повысить ценность мероприятия, если ведущий, организатор или их ассистент (книга/серия про основы делегирования пишется, не пропускайте) запишут самое ценное, а потом обработают эти записи в виде выжимки, доступной только участникам (или всем желающим, зависит от преследуемых целей). Причем можно фиксировать как персональные идеи, так и общий обезличенный набор советов, «самый сок» мастермайнда. Естественно, что никто не мешает использовать аудио или видеозапись встречи, чтобы ничего не пропустить. Только не забудьте предупредить участников и заручиться их согласием на использование данных материалов, особенно если планируете их распространение.

**Резюме!** Практически всегда ведущий, внимательно следящий за процессом, подводит итоги каждого круга (запроса участника), называя несколько идей, показавшихся ему наи-

более интересными, или дает свое мнение по данному вопросу. Обратите внимание: **ведущий высказывается последним**, сначала идеи «накидывают» участники ММ.

**Гипотезы и задания на дом!** Именно от ведущего зависит, будут ли участники ограничиваться фиксацией идей, полученных в ходе ММ, или сформулируют гипотезы, которые возьмут в работу. Последний вариант эффективнее, проверено на практике не один десяток раз. Как только веселая и активная часть, связанная с генерацией идей, заканчивается, нужно переходить к более скучной, но очень важной постановке задач и точкам контроля результата. Иначе его может просто не быть...

**Задание:** примите участие в мастермайнде, задав актуальный для вас вопрос. Оцените свои эмоции и ощущения. Внедрите идеи, показавшиеся вам и «коллективному разуму» наиболее полезными именно для вас.

## Глава 3. Тематический или свободный ММ

Думаю, все понятно из заголовка, но все-таки внесу свои «пять копеек», основываясь на личном опыте. Первые мастермайнды, в которых я участвовал, были на «свободную тему», т.е. каждый участник задавал свой вопрос из любой сферы бизнеса и по любой проблеме, начиная с выбора ниши и заканчивая масштабированием. Конечно, это довольно занятно и интересно, но очень уж разнородно получается, особенно если все участники с разным уровнем компаний и из кардинально разных сфер. Условно говоря, «вбшник» с оборотом 100 тысяч в месяц, который больше ничего не знает и не пробовал, вряд ли даст ценный совет производственнику, перед которым стоит задача по загрузке мощностей в сезон без резкого увеличения рекламного бюджета. Может получиться «лебедь, рак и щука», которым будет интересно общаться, но эффективность и результативность будут так себе... Хотя, тут все зависит от подбора участников, о чем мы поговорим отдельно.

Следующий уровень проведения ММ, на котором я сам не раз выступал в роли ведущего, но не эксперта (об этом в следующей главе), по **направлениям**: продажи, маркетинг, команда, инвестиции, производство (исполнение обя-



зательств), выбор ниши и т.д. Согласитесь, здесь хотя бы блоки запросов у участников из одной «оперы», поэтому им будет +- интересно общаться друг с другом. Главное, чтобы количество участников не превышало 15... иначе Мастеру приходится очень жестко следить за таймингом, чтобы никто из участников не оказался обделенным... На тест-драйвах МсА я участвовал в нескольких подобных мастермайндах... Это было очень интересно и полезно! Конечно, потом были десятки других ММ, но те, первые, запомнились на долгие годы.

И, наконец, формат, который мы сами внедрили и активно продвигаем вот уже два года – **тематические** мастермайнды. Они отличаются от предыдущих тем, что задается четкая тема встречи, например, *«как повысить средний чек»*, поэтому все вопросы, обсуждения и идеи касаются только этой темы, все остальное «мимо кассы». Это позволяет участникам посещать только те мастермайнды, которые им интересны, не тратя время, например, на *выбор ниши* или *найм ассистента и задачи для него*. С другой стороны, те, кто приходит, получают ответы на «боль», которая присутствует «здесь и сейчас», причем не только от эксперта или наставника, но и от других участников мероприятия.

Лично я считаю, что подобный формат проведения мастермайндов наиболее эффективен для достаточно крупного сообщества, в котором хотя бы несколько десятков активных участников, посещающих мероприятия достаточно регуляр-

но. Так они смогут проявляться пусть не каждую неделю, но достаточно часто, оставаясь в фокусе событий.

**Задание:** посетите свободный и тематический мастер-майнд, сравните их формат и результаты, сделайте выводы для себя.

## Глава 4. Мастер или Эксперт

Ранее мы с вами уже поговорили о роли Мастера, ведущего мастермайнда. Желательно, но не обязательно, чтобы Мастером был достаточно опытный предприниматель, понимающий, о чем идет речь, и умеющий быстро анализировать и резюмировать, повторяя участникам самую суть идей, собранных в ходе «мозгового штурма». Однако, мне знакомы успешные ведущие ММ, у которых фактически нет опыта в бизнесе, но неплохие организаторские способности и желание зарабатывать на этом деле. Что ж им теперь, открывать свою кофейню или кальянную?!

Мастермайнд наиболее эффективен, когда в нем активно участвует **Эксперт**, обладающий солидным багажом опыта, знаний и навыков по заявленной теме. Фактически ММ с экспертом почти не отличается от обычного, участники также «генерируют» идеи, основываясь на собственных представлениях и опыте по заданному вопросу. И как только все участники высказываются по тому или иному вопросу, эксперт, который все это внимательно слушает, добавляет свое видение проблемы. Обычно на ответ эксперту выделяется до 3-5 минут, все зависит от количества участников и общего тайминга встречи. Эффект же колоссальный, ведь эксперт помогает резюмировать, формулировать гипотезы и ставить задачи по итогам встречи. Мой любимый фор-

мат, скажу сразу! Не один десяток раз участвовал в ММ в качестве эксперта, поэтому знаю, о чем говорю. Результаты участников, которые не просто слушают, а делают, внедряют, говорят сами за себя.

**Задание:** сходите на тематический мастермайнд с экспертом, сравните и сделайте выводы.

# Пример с мастермайнда

Вообще, я не планировал так много писать в этой первой мини-книге серии, что-то разошелся... Сразу видно, что про Макса сегодня еще не писал... Ну, а если серьезно, то без примера заметок с мастермайнда отпускать вас как-то нехорошо... Естественно, что все имена вымышленные и т.д., как обычно...

Участник **Николай**: бизнесмен с 20+ летним стажем, мастер продаж на большие чеки, работает в сегменте b2b. У него собственное производство и монтаж промышленного оборудования для с/х, образование и большой опыт работы в этой сфере. Основной поток клиентов – постоянные, т.к. компания более 10 лет на рынке, но собственное производство и растущие амбиции «намекают» на необходимость роста продаж.

**Запрос**: если увеличить рекламный бюджет в Яндекс.Директ в 6 раз, будет ли пропорциональный рост заявок (лидов) и продаж?!

**Уточнения**: у компании есть сайт, запущена контекстная реклама, которая дает заявки, но их количество оставляет желать много большего. Фактических цифр нет. Сфера бизнеса довольно специфичная, поэтому все реальные клиенты и так знают исполнителей (в рамках региона). Количество клиентов ограничено, это не WildBerries или Ozon. Вот толь-

ко я знаю эту информацию, а другие участники – нет. **Важно!** «Рисуйте картину маслом» как на фото, если хотите реальные советы/идеи, а не просто «поток сознания». Конечно, это далеко не все уточнения, а просто для понимания картины мира.

**Идеи:** сразу дам сухую выжимку, без указания сфер бизнеса отвечающих участников и другой сопутствующей информации.

1. Протестировать гипотезу с увеличением бюджета, отслеживая цифры.
2. «Допилить» сайт, повысить его конверсию.
3. Использовать квиз для сбора заявок.
4. Расширить географию работы компании на соседние регионы.
5. Использовать другие каналы трафика (не только связку сайт + Яндекс.Директ).
6. Использовать другие каналы продаж (сарафанное радио и т.д.).
7. Расширить номенклатуру производства (выйти за рамки ограниченного числа товаров и заказчиков).
8. Участвовать в тендерах.
9. Участвовать в тематических выставках.
10. Повысить узнаваемость и медийность самого Николая и его компании.

А еще было 11, 12 и т.д., но большая часть ответов не имела никакого отношения не только к запросу про Яндекс.Ди-

рект, но даже к маркетингу. **Почему?!**

Все просто: на встрече не было ни одного производственника, только один участник работал в сегменте b2b, но занимался продажами – официальный представитель производителя в регионе, причем с более широким спектром клиентов. А все остальные – из b2c, причем как с офлайн, так и с онлайн бизнесом. Да, кстати, была идея начать производить товары массового спроса для отгрузки на WB и Ozon...

Согласитесь, так себе пример... Вроде помогли чем-то человеку, но на запрос толком так и не ответили... Такое часто бывает, когда вопрос задается не в том месте и не в то время... Потом мы, конечно, отдельно обсудили ситуацию и набросали возможные пути решения, но... Это было уже за рамками мастермайнда...

# Заключение

Вот и все, друзья, первая мини-книга из серии «Мастермайнд», в которой мы больше говорили про то, что такое мастермайнд, кому и чем может помочь такой «мозговой штурм», подошла к концу.

Благодарю вас за внимание! И давайте продолжим, следующая мини-книга в этой серии – **«Онлайн и офлайн мастермайнд: что лучше?»**. Обсудим?!



# Об авторе

Давайте знакомиться!

Я, Александр Мартаков – предприниматель, бизнес-наставник, маркетолог, писатель. Окончил физический факультет СГУ в 2005 г. Работал в найме IT-специалистом (фактически системным администратором), потом специалистом по информационной безопасности, после чего решил сменить сферу деятельности, причем кардинально.

С 2011 года занимаюсь интернет-маркетингом и консалтингом, а именно:

- консультирую бизнес по составлению маркетинговых стратегий;
- консультирую бизнес по анализу конкурентов;
- наставник предпринимателей;
- наставник экспертов, которые хотят стать писателями;
- сооснователь бизнес-клуба «Бадди»;
- основатель «Клуба экспертов-писателей»;
- в 2022 г. выпустил свою первую книгу «[Анализ конкурентов: первые шаги](#)» (доступна на Литрес и АТ в электронном и аудиоформатах);
- в 2022 г. выпустил 2-ю книгу «[Выбор ниши](#)» (доступна на Литрес и АТ в электронном формате);
- в 2022 г. выпустил 3-ю книгу «[Взаимопиар в соцсетях](#)» (доступна на Литрес и АТ в электронном формате);

- в 2022 г. начал писать серию мини-книг «[Ассистент](#)», посвященную делегированию (доступны на Литрес и АТ в электронном формате);
- в 2022 г. выпустил мини-книгу «[История клуба Бадди](#)» (доступна на Литрес в электронном формате);
- в 2022 г. начал писать серию мини-книг и эссе «[Пишем книгу](#)» (доступны на Литрес и АТ в электронном формате);
- в 2022 г. начал писать серию романов «**Хроники Макса**» (доступны на АТ в электронном формате).

### **Важными этапами в моей карьере были:**

- создание сайтов;
- SEO-продвижение;
- настройка контекстной рекламы;
- развитие YouTube-каналов для бизнеса;
- исследование различных каналов трафика;
- вывод офлайн бизнеса в онлайн, региональных производителей на международный рынок;
- кураторство в быстроразвивающемся образовательном центре;
- создание бизнес-клуба **БАДДИ** (с партнером Николаем Голокозовым), в рамках которого мы показываем через свой опыт, как **делать хороший бизнес** (ДХБ);
- завершение первой книги «Анализ конкурентов: первые шаги»;
- запуск проекта «Бадди Гарден» – «детского сада» для

начинающих предпринимателей, только запускающих свой бизнес или делающих первые шаги на этом интересном пути;

- запуск проекта «Клуб экспертов-писателей» – для экспертов, которые готовы и хотят написать свою первую книгу, поделиться опытом и найти новых читателей, поклонников, клиентов и друзей;

- разработка и запуск первой бизнес-игры «Восточный базар», прокачивающей навыки коммуникации и умение торговаться;

- написание 6 художественных романов (еще 3 в процессе, а в планах не один десяток).

В моей копилке наставника, помимо прочего, 5 кейсов предпринимателей с выходом на доход  $\times 2$  (и более) или 100К + с 0.

**Считаю, что каждый эксперт должен написать свою книгу, чтобы:**

- она стала бестселлером;
- оставить след в истории;
- прокачать личный бренд;
- структурировать мысли;
- и т.д.

# Как меня найти

Литрес: <https://www.litres.ru/aleksandr-martakov/> – советую подписаться на новинки, будет много интересного.

Канал в ТГ «Книжный Твиттер»: <https://t.me/masebooks>

ВКонтакте: <https://vk.com/martakovas>

Tenchat: <https://tenchat.ru/martakovas>

Книжный Клуб: <https://vk.com/masbooksclub> – площадка для общения по тематике книг, жду там всех читателей.

—

В оформлении обложки использовано изображение с сайта <https://pixabay.com/> по лицензии СС0.