





**ЛИН ГРАФТ**

основатель платформы

«Сторителлинг для предпринимателей»

# Легенда бренда

Как создать историю, которая  
сделает ваш бизнес культовым

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
Москва 2022

УДК 339.138  
ББК 65.290-2  
Г78

Lyn Graft  
Start with Story

Start with Story © 2019 Lyn Graft  
Original English language edition published  
by Scribe Media 815-A Brazos Street, Suite #220,  
Austin, TX, 78701, United States.  
Arranged via Licensor's Agent: DropCap Rights Agency.  
All rights reserved

**Графт, Лин.**

Г78      Легенда бренда : как создать историю, которая сделает ваш бизнес культовым / Лин Графт ; [перевод с английского Л. Яковлевой]. — Москва : Эксмо, 2022. — 288 с. — (Лучший мировой опыт).

ISBN 978-5-04-158183-1

А вы знали, что первоначально Coca-Cola была запатентована как лекарство? На разработку эмблемы Land Rover создателей вдохновила баночка с сардинами? А первым изделием Louis Vuitton был самый обычный сундук? Все это — примеры легенд успешных брендов. Зачастую именно отсутствие легенды мешает компании стать по-настоящему культовой и обзавестись гигантской армией фанатов. Лин Графт провел более пятисот видеопереговоров с ведущими бизнесменами мира, включая основателей LinkedIn, Starbucks и Dropbox. Он разработал пошаговую инструкцию, с помощью которой вы создадите запоминающуюся историю для вашего бренда.

УДК 339.138  
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-158183-1

© Яковлева Л., перевод на русский язык, 2022  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022

*Моей маме, Эве Графт, путеводной звезде моей  
жизни и самой лучшей рассказчице, которую  
я когда-либо знал.*

*Моим сестрам Синди, Линди, Минди и Уинди.  
Я самый счастливый брат на свете.*

*Моему четвероногому лучшему другу  
Фитти Джи. Бест. Дог. Эвер<sup>1</sup>.  
Ты разрушил все стереотипы о собаках.*

*Моей двуногой лучшей подруге  
Ингрид Вандервелдт «айВи».  
Спасибо за то, что ты всегда рядом.*

*И всем тем, кто верил в меня.  
Вы великолепны. #TrueStory<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Best.Dog.Ever. (англ). — досл. «Самая лучшая в мире собака».

<sup>2</sup> True story (англ.) — досл. «Правдивая история».



# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	9
Глава 1. СИЛА ИСТОРИИ	21
Глава 2. ЧТО ТАКОЕ ИСТОРИЯ?	40
Глава 3. ИСТОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ	55
Глава 4. ТИПЫ ИСТОРИЙ	75
Глава 5. КАК ВЫДЕЛИТЬ СЕБЯ	92
Глава 6. КЛЮЧ К ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ ИСТОРИЯМ	122
Глава 7. ПРЕОДОЛЕВАЯ ФАКТОР «НУ И ЧТО?»	143
Глава 8. СОЗДАЙТЕ ВАШУ ИСТОРИЮ	161
Глава 9. ПОДГОТОВКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ВАШЕЙ ИСТОРИИ	179
Глава 10. ПОСТРОЕНИЕ ВАШЕЙ ИСТОРИИ	195
Оглавление	7

<b>Глава 11. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ВАШУ ИСТОРИЮ</b>	209
<b>Глава 12. ПРАКТИКУЙТЕСЬ РАССКАЗЫВАТЬ СВОЮ ИСТОРИЮ</b>	232
<b>Глава 13. ВЛАДЕЙТЕ СОБСТВЕННОЙ ИСТОРИЕЙ</b>	255
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	266
<b>БЛАГОДАРНОСТИ АВТОРА НА ЕГО ПУТИ ОБ АВТОРЕ</b>	270 286

# Введение

Я устал, разочаровался и не знал, что делать дальше. Через два года после того, как я закончил обучение по программе MBA в Техасском университете в Остине, я запустил с лучшей подружкой свой первый стартап<sup>1</sup> — технологическую компанию. Мы потратили месяцы на запуск и готовились привлекать «бизнес-ангелов»<sup>2</sup> и получать первое внешнее финансирование.

Мы работали над нашим бизнес-планом и его подачей несколько месяцев. И коллеги, и неофициальные консультанты говорили нам, что все еще есть множество ошибок — даже после всех тех обновлений и изменений, которые мы внесли. Мы чувствовали себя

---

<sup>1</sup> Ст ар т а п — компания с короткой историей операционной деятельности, по впервые данному определению журнала «Форбс» 1976 года. На сегодняшний день термин используется в деловой среде повсеместно.

<sup>2</sup> Бизнес-ангелами называют инвесторов, финансирующих начинающие предприятия — стартапы.

совершенно потерянными. Был поздний вечер понедельника, когда я вспомнил о ежемесячном собрании в тот вечер в Совете по программному обеспечению Остина. Туда должны были пригласить спикера рассказать про все, что связано со стартапами. Мы все еще мучились со своей задачей, и изначально я планировал пропустить выступление, потому что у нас было слишком много дел. Не было времени слушать, как кто-то болтает о своем стартапе, в то время как нужно доработать наш.

Однако, полностью опустошенный нынешней проблемой, я решил прогуляться, отдохнуть от компьютера, чтобы немного развеяться. Я опоздал на собрание и понятия не имел, кто выступал, но аудитория на двести мест была переполнена. Я предположил, что парень был важным спикером, но не узнал его на сцене.

Он принес с собой спортивную сумку и начал с заявления, что хотел бы рассказать историю, используя набор футболок. Парень вытащил первую футболку с логотипом компании. Он показал ее всем и сказал: «Это была моя первая компания».

Я никогда раньше не слышал такого названия и не видел логотипа. «Это была классная идея, — сказал он, — но мы так и не смогли заставить технологию работать». Спикер положил эту футболку, полез в спортивную сумку и вытащил другую. Опять же неизвестную. «Классной идеей была и эта компания, — начал он. — Мы заставили ее работать, но не

смогли превратить в продукт, который был бы кому-то нужен. Поэтому эта компания тоже потерпела неудачу». Парень достал следующую футболку: «Это была наша третья компания. Отличная идея и отличная технология. Мы превратили ее в работающий продукт, но никто его не покупал. Ужасно неприятная ситуация». Он покачал головой, отложил футболку и вытащил еще одну: «Эта компания была отличной идеей, отличной технологией и отличным продуктом. Мы начали продавать, но ключевой партнер не хотел продолжать работать с этим продуктом, поэтому в итоге мы закрыли проект».

Он положил футболку обратно в сумку. Именно в тот момент я подумал: «Этот человек несколько раз терпел неудачу и, несмотря на это, уверенно делится своим опытом; он должен быть кем-то особенным». Спикер продолжал: он поделился еще одной неудачей. Насколько я помню, это была очередная отличная идея, отличная компания, отличная команда, невероятные технологии, продукт и рыночные возможности, но просто в неподходящее время. Они потеряли миллионы денег своих инвесторов. В тот момент я подумал: «Кто этот парень?»

Наконец он показал свою последнюю футболку, но скрыл имя на ней. Затем сказал: «Это была отличная компания. Отличная идея, технология, рыночные возможности, команда основателей. А люди, которые недавно потеряли деньги в нашей предыдущей компании, финансировали нас».

Он развернул футболку. На ней большими буквами было написано: «AOL».

«AOL», или «Америка Онлайн Инк.», был одним из самых успешных и узнаваемых веб-брендов в 90-х и одним из пионеров Интернета. Человек на сцене оказался Марком Сериффом, одним из первых соучредителей.

В тот вечер я вернулся домой воодушевленный и оптимистически настроенный на то, чтобы завершить презентацию и бизнес-план. Работа окупилась. За несколько недель мы закрыли наши первоначальные инвестиции в размере 100 000 долларов. У компании, которую я основал, будут свои взлеты и падения, но в тот вечер я приобрел действительно хороший опыт: со мной остались история Марка Сериффа и вдохновение, которое он подарил мне.

Недавно я разговаривал с Марком и рассказал ему, как он вдохновил меня. Он был смущен и польщен. Хотя я, возможно, и не запомнил все детали его истории, сила его слов и настойчивый, решительный посыл были именно такими. Годы спустя я все еще могу представить Марка на сцене с его спортивной сумкой и футболками. Я точно помню, что чувствовал, что видел и как это меня мотивировало. Тогда я еще не осознавал, что тот разговор посеял во мне семена предпринимательского повествования, и вскоре узнал, насколько мощной может быть история.

## Путешествие предпринимателя

Предпринимательство — одно из самых полезных и приносящих удовлетворение начинаний. Мало что может так вселить в вас чувство гордости за себя и внутреннее почтение, которые возникают, когда вас называют основателем, ответственным за каждое решение — от названия компании до продукта, который вы создаете, или услуги, которую предоставляете.

В то же время мало что является более всепоглощающим, чем создание компании. Вы часто работаете будто на острове: ответственны буквально за все, а обратиться не к кому. Вы единственный защитник своей идеи. Никто никогда не слышал о вашем бизнесе и не знает, кто вы и какие возможности есть у вашего продукта. Вы работаете с небольшим количеством ресурсов на ограниченной взлетно-посадочной полосе с постоянным перегрузом.

Для того чтобы конкурировать, будучи стартапом, вам нужно что-то, что уравнивает правила игры. Позволит конкурировать независимо от времени, места, обстановки или ресурсов. Необходим инструмент убеждения и влияния, который даст вам преимущество перед рыночными гигантами.

*Таким инструментом является ваша история.*

Спустя двадцать лет после того, как я услышал историю Марка Сериффа, урок остается прежним: отличная история меняет все. Убедительный рассказ способен катализировать движения, разрушать от-

расли и свергать гигантов. Строить империи, создавать легенды и переписывать историю. Почти каждый успешный предприниматель начинал свою компанию с истории. Любой основатель может создать отличную историю-повествование — независимо от ниши, возраста или ресурсов. Чем больше вы вкладываете в историю, тем больше она поможет вам достичь ваших целей.

**Существует прямая связь между успехом и способностью предпринимателя создавать и рассказывать историю основания компании.**

Блейк Майкоски, основатель компании «Томс», хорошо это знает. Однажды Блейк был в аэропорту и увидел женщину в туфлях, которые он разработал и изготовил. Не представившись, он сказал ей: «Мне очень нравится ваша обувь». Женщина повернулась к нему и сказала: «О, эти туфли потрясающие! И компания, которая продает эту обувь, невероятна! За каждую купленную пару нуждающийся ребенок в другой стране получает равноценную пару обуви. Это так здорово!»

Он улыбнулся про себя и сказал: «Да, здорово!» — и ушел.

Женщина схватила его за плечо и сказала громко и эмоционально: «Нет, вы не понимаете! За каждую пару обуви, которую покупает человек, нуждающийся

ребенок, нуждающийся человек получает бесплатную пару обуви. Это невероятно!»

Она была так увлечена этой идеей, что в тот день Блейк осознал нечто исключительно мощное. Сам продукт, сама вещь, которую он продавал, была историей. И благодаря этой истории клиенты стали поведенниками его компании. Как только люди поймут идею, подобную идее Блейка Майкоски (за каждую купленную пару обуви кто-то другой, у кого нет денег, в другой стране получит такую же пару), они навсегда будут связаны с этой ассоциацией.

**В этом и заключается реальная сила истории — создать неизмеримую связь между вами и вашей аудиторией.**

Связь — это магия, которая заставляет истории работать в большей степени, чем любой факт или цифра, которыми вы когда-либо могли бы поделиться. История — это один из тех редких инструментов, который одновременно объединяет нас и при этом позволяет выделиться, раскрывая нашу уникальность.

## **Откройте для себя силу историй**

Как предприниматель, который последние пятнадцать лет зарабатывал на жизнь съемками таких предпринимателей, как Блейк Майкоски, я не понаслышке знаю, насколько может быть сильной история. Моя