

Содержание

Об авторе 7

Вступление 9

Секрет № 1

Не выдавайте желаемое за действительное 15

Секрет № 2

Хватит быть хорошим 31

Секрет № 3

Не бойтесь, говорите, действуйте! 47

Секрет № 4

Освободите память, чтобы получить время 61

Секрет № 5

Поставьте задачу конкретнее! Ничего не понятно .. 71

Секрет № 6

Никогда не повторяйте дважды 89

Секрет № 7

Рассчитайте КПД 101

Секрет № 8

Используйте профессиональные инструменты 119

Секрет № 9

Слушайте только тех, кто смог 129

Секрет № 10

Начинайте жизнь каждые десять минут 139

Заключение 149

*Названия компаний
и имена изменены.
Все совпадения случайны.*

Об авторе

Ивана Исаева называют одним из самых фанатичных маркетологов страны. Его методы отличаются жестким подходом с психологическими приемами. Иван Исаев — основатель нескольких компаний, глава рекламного агентства «ИСАЕВ маркетинг», автор одноименного канала в Телеграме, который является одним из самых обсуждаемых в сфере маркетинга. Его первая книга под названием «Техники зомбо-продаж. Как заставить клиентов покупать, а сотрудников продавать», выпущенная в 2021 году издательством «Альпина», имела громкий успех.

Себя автор называет счастливым человеком и утверждает, что, вопреки расхожему мнению, успех не требует никаких жертв. Иван не верит в карму, удачу, судьбу и прочие мифические оправдания, а знает конкретную формулу, следуя которой можно сделать свою жизнь такой, какой вы захотите!

По словам Ивана Исаева, его так часто просили поделиться секретом успешного ведения бизнеса, что из ответов сложилась целая система.

В книге описаны 10 секретов, начав использовать которые автор изменил свою жизнь. 10 секретов, благодаря которым и вы сможете снять с тормоза ограничивающие вас факторы и добиться действительно значимого результата!

Хватит быть хорошим. Перестаньте быть скромным. Удалите из своего окружения неигровых персонажей. Никогда не повторяйте дважды. Это не правила хорошего тона, а принципы, которые помогут вам сэкономить время. А время, по словам Ивана Исаева, это деньги.

И самое главное. Смысл жизни — счастье! Описанные в книге приемы — это путь к счастью и снятие всех ограничений на этом пути!



*Telegram-канал
Ивана Исаева*



*Ютуб-канал
Исаев Маркетинг*

Вступление

Бешеные деньги — это деньги,
вызывающие бешенство у тех, кто
неспособен их зарабатывать.

Владимир Туровский,
советский, канадский писатель

Каким образом, учитывая наличие масштабных проектов, мне удастся создавать ощущение, что я мало работаю? Ведь большинство людей горбатятся 24 на 7 и половину жизни проводят под гнетом ожидания конца рабочей недели. Мои же дни наполнены непрерывной охотой за приключениями: мотопробеги, вечеринки, баня, путешествия, встречи с людьми, каждый из которых самодостаточен и успешен. Я наслаждаюсь жизнью. Мое существование не подчинено рутине и больше похоже на постоянный праздник.

- «Почему у тебя так круто получается?»
- «Может, за тебя работают другие?»
- «В чем секрет твоего успеха?»
- «Как не распыляться и точно знать, что делать?»

Когда мне задали эти вопросы в двадцатый раз, я тоже задумался: «Почему так?»

Эмпирическим путем я вывел 10 секретов, которые позволяют организовать работу так, чтобы результаты стали максимальными, а время — свободным. Именно их я и сам всегда использую, чтобы получать удовольствие и от работы, и от жизни.

10 секретов — это образ мышления, который приводит к успеху. Особенно важно, что все эти знания прошли проверку на практике. На конкретных жизненных ситуациях я покажу, что может мешать на пути к достижению цели. Расскажу, как добиться высоких результатов, просто поменяв свое сознание. Если в эту секунду что-то щелкнет в вашей голове — значит, вы уже повернули ключ зажигания своей спортивной тачки. Осталось только надавить на педаль и взять управление жизнью в свои руки. Или остаться на месте. Выбор за вами.

Моя система — это не «успешный успех», а база, от которой нужно отталкиваться, чтобы начать эффективнее тратить свое время, повысить собственную продуктивность и получать хороший доход. Я скомпоновал наблюдения и концепции, дополнил их собственным опытом, накопленным за многие годы ведения бизнеса. Не говорите мне, что не можете применить советы, собранные в этой книге. Не думайте, что еще не достигли должного уровня. Ни слова о том, что вы еще не готовы, что вам пока это не подходит!

Ерунда! У вас все получится, главное — желание и действие. Внедряйте по три секрета в месяц, и очень скоро вы увидите, как круто меняется ваша жизнь.

Сколько живет человек?

Я определил, что все зависит от времени. Для меня время — ценный ресурс, к нему я отношусь со всей серьезностью. Вы никогда не задумывались о том, что по большому счету времени у нас не так уж и много? У человека в среднем есть примерно 79 лет жизни, а это всего 25 000 дней. Вы живете свою жизнь и сами не замечаете, как вам исполняется 40 лет. С помощью нехитрой математики определяем, что вам, сорокалетнему, остается жить примерно 12 000 дней. Или, если это время перевести в часы, 300 000 часов. Звучит страшновато.

Допустим, у вас 300 000 часов. На что вы будете их тратить?

Зачем вы живете?

Высокоэффективные люди зарабатывают миллионы или даже миллиарды, добиваются результатов, потому что они распределяют свои часы иначе. Однако любой человек способен хорошо зарабатывать, если он готов перекроить свою жизнь и правильно использовать самый ценный из всех ресурсов.

Согласно моей философии, время — это и правда самое ценное, что есть у человека. Предположим, время равно деньгам, оно же равно счастью. Время невосполнимо. Возьмем самого богатого человека в мире и бомжа у пивного киоска. У каждого было одинаковое количество времени, вопрос лишь в том, на что они его потратили.

Не секрет, что успех во многом зависит не только от времени, но и от удачи. Успех, по сути, состоит из 50% удачно сложившихся обстоятельств. Но насколько мы можем влиять на них?

$$\text{УСПЕХ} = ((\text{ЗАДАЧИ} / \text{ВРЕМЯ}) \times 50\% (\text{УДАЧА})) \times \text{БУСТ} (\text{СЕКРЕТЫ})$$

Единственное, что постоянно в этой формуле, — это время. На него повлиять мы не можем. Но в наших силах

определять важные задачи и их количество. Эффективность работы формулы усиливают секреты, которые вы скоро узнаете. Чем больше секретов вы применяете, тем выше будет результат.

Как улучшить свою жизнь?

Ученые провели эксперимент, в котором выявили различия между удачливыми и неудачливыми людьми. В ходе исследования группу из 100 человек разделили на тех, кто считает себя удачливыми, и тех, кто убежден, что является неудачником.

Участникам эксперимента выдали альбом с 47 фотографиями, расположенными в хаотичном порядке, и попросили их посчитать. «Неудачники» пересчитали фотографии и подтвердили: «Да, их там 47!» И сделали это за четыре минуты. В то время как удачливые решили эту задачу всего за 40 секунд. Появляется резонный вопрос: «Как?!»

Дело в том, что на третьей странице альбома было написано: «Можно дальше не считать, в этом альбоме 47 фотографий». Удачливые участники надпись заметили и воспользовались подсказкой. «Неудачники» ее проигнорировали и пересчитали все фотографии до конца. Если разобраться, именно в этом и заключается различие между людьми, которые добиваются быстрых результатов, и теми, кто зависает на полпути.

Удачливые люди хватаются за любую работу, случай, представленную возможность. Неудачники смотрят на жизнь узко, ничего не замечая вокруг, словно зашоренная лошадь. А потом рассказывают всем, что «жизнь — дерьмо», «начальник — дурак», а работа никак не кончается.

Недавно я общался с человеком, который учит девушек находить себе партнеров при помощи кармы. Да, при помощи кармы и прочей высокодуховности. К примеру, есть девушка. Она очень унылая, не ухаживает за собой, редко общается с людьми и почти не посещает общественные

места. А если и выходит из дома, то с противозачаточным лицом. Каждый день с кислой физиономией она едет на работу в офис, где рассказывает коллегам, что с помощью кармы, рисуя на листе бумаги желаемых мужчин, она непременно найдет себе спутника. Девушка уверена, что призовет его силой мысли, даже несмотря на свою серую культурную жизнь и отсутствие каких-либо взаимоотношений с окружающими. Она никуда не ходит, ни с кем не знакомится, и где собирается искать мужчину своей мечты — совершенно непонятно. Наверное, мужчина должен сам появиться на ее пороге, благодаря ежедневным медитациям и аффирмациям.

Я слушал все это и понимал, что знаю один сто-процентно эффективный способ, который помог бы этой девушке найти себе парня. Встретить мужчину мечты — это, в первую очередь, полюбить себя, ценить и ухаживать за собой! Заняться спортом, саморазвитием, ходить на тематические встречи, в рестораны, театры, музеи, парки, общаться с людьми. Красиво одеться, накраситься, уложить волосы и пойти вечером в Парк культуры. Примерно в 21.37 сесть на лавочку, есть мороженое и улыбаться проходящим мужчинам.

Я даю гарантию, что примерно каждые 20 минут с этой девушкой будут знакомиться парни — реальные, а не нарисованные. За вечер у нее может появиться порядка десяти новых знакомств, так что она сможет даже выбрать! А если выбрать будет нечего, то почему бы не поступить точно так же в другой день? Нет тут никаких медитаций и аффирмаций, только действие. В этом и заключается огромная разница: один делает, а другой сидит ровно на пятой точке и читает «заклинания». Такой подход может привести только к продавленному рядом с воображаемым спутником дивану и полному разочарованию жизнью.

Ярко и доступно раскрыта тема полезного действия в фильме «Всегда говори “Да”». Жизнь главного героя меняется, только когда он начинает открываться новым

действиям и положительно на них реагировать. Это ведь не так сложно — быть открытым новым возможностям. Неужели трудно говорить им «да»?

Многие люди разбрасываются своим временем, будто они бессмертны. А что, если рассматривать временной ресурс с точки зрения его стоимости? Представьте, что один час вашего времени стоит 20 000 рублей. Как бы вы распорядились данным вам временем вчера, или позавчера, или даже месяц назад, если бы знали, сколько стоит каждый час?

Человек — единственное существо на Земле, которое знает, что умрет, но живет так, как будто он бессмертен. При этом, будучи достаточно адаптивным существом, он очень быстро привыкает к бесконечной цикличности жизни, не теряя надежды на качественные изменения. Но их почему-то нет. Человек не отказывает себе в ненависти к другим (в особенности к тем, у кого жизнь складывается гораздо лучше), однако прервать бесконечный день сурка не может. Или может?

Так много надо знать, так мало дано жить, а жизнь без знания — не жизнь. Посему велико искусство того, кто постигает науки без муки, узнает многое от многих, поглощает мудрость всех.

Бальтасар Грасиан,
испанский прозаик и философ XVII века

Секрет №1

Не выдавайте
желаемое
за действительное



Люди, которыми движут
эмоции, демонстрируют чудеса
самообмана.

Карл Саган, американский астроном

Вы знаете анекдот про неуловимого Джо?

Стоят два ковбоя, смотрят на холмы, где, вздымая пыль,
скачет всадник. Первый ковбой спрашивает:

- Кто это?
- О, это неуловимый Джо!
- А что, его поймать никто не может?
- Да кому он на фиг нужен?!

у нас было мало, и на хорошие сигареты, естественно, не хватало. Дорогие мы редко могли себе позволить, покупали дешевые, отечественные. Однажды с моим другом Серегой сидели у подъезда его дома. Разумеется, курили. И тут Серега внезапно высказал гениальную догадку:

— А я знаю, почему отечественные сигареты хуже, чем импортные!

— Да? И почему же? — спрашиваю я.

— Потому что в них табак сырой. Если бы табак хорошо высушили, тогда эти сигареты были бы абсолютно такими же, как из-за границы. Там все компании, производящие табак, используют технологию суперсушки. В российских сигаретах табак сырой, поэтому так плохо тянется. И вкус поэтому отличается.

Тут мы оба поняли, что в рассуждениях Сереге присутствует здравый смысл, и решили, что сигареты нужно подсушить. Высыпали их на блюдце, поставили в микроволновку, включили на две минуты. Сигареты начинают кружиться за стеклом. Не знаю, почему нам тогда показалось, что микроволновка — это самое лучшее решение. В общем, достали мы эти сигареты, вышли на балкон, закурили и поняли, что они реально стали круче. Это действительно уже не те сигареты, которые были до момента погружения в микроволновку. А совершенно другие табачные изделия на уровень выше. И тут в наших неокрепших умах появляется осознание, что мы сделали невероятное.

Очень быстро было принято решение не останавливаться на достигнутом и просушить сигареты повторно. Проходит несколько минут, и мы с Серегой уже наблюдаем, как сигареты вертятся в чудо-печке. Процесс подходит к концу. Балкон. Закуриваем. И новое открытие: они стали еще лучше! Они точь-в-точь как Marlboro!

До «Парламента», конечно, им еще далеко, но уже чувствуем — курим фирму! Преисполненные восторгом от своего неожиданного супероткрытия, мы уже видим себя мультимиллионерами, держащими в руках весь

отечественный табачный рынок. И, чтобы окончательно проверить нашу великую теорию, которая заслуживает как минимум немедленного вручения Нобелевской премии, мы в третий раз отправляем в печь многострадальные российские сигареты. И вытаскиваем из микроволновки уже точно Marlboro. В эйфории мы наперегонки бежим к телефону, чтобы позвонить приятелю, который жил этажом ниже.

— Витек, мы сейчас придем!

— А что случилось? — вяло поинтересовался сосед.

— Сейчас узнаешь! Короче, мы сейчас тебе дадим сигарету, ты с закрытыми глазами должен ее закурить и отгадать, что это.

— Ну ладно, давайте, — без особого энтузиазма согласился Витек.

Мы даем ему прикурить, он затягивается и морщится: «Да, блин, дерьмо какое-то отечественное!»

Для нас с Серегой это стало лютым разочарованием. Мы настолько были уверены, что с каждым разом эти сигареты становились лучше, что не учли фактор самовнушения. Мы убедили себя в этом, а сигареты как были дерьмом, так им и остались. В их составе ничего не изменилось — изменилось только в нашей голове.

Даже спустя столько лет я помню эту историю. Убеждение (особенно самоубеждение) — губительная штука. Ты можешь сколько угодно говорить себе, что твой проект крутой, а мысль гениальна, но все это несусветная ерунда. Гораздо продуктивнее внушать кому-то, что твой товар лучший и что твоя услуга классная. Часто бывает так, что люди вкладывают в какую-то идею деньги, держат ее в секрете, но идея-то по факту — дерьмо! И все выстроенные вокруг нее воздушные замки — лишь результат самовнушения, подобный тому, на крючок которого однажды попались мы с Серегой.

Люди вообще любят выдавать желаемое за действительное. И эта особенность человеческого поведения была

серьезно исследована учеными-психологами. В 50-е годы прошлого века Джером Брунер и Сесилия Гудман предложили концепцию принятия желаемого за действительное. Они провели исследования, в ходе которых предложили детям оценить размер монет при помощи изменения отверстия в деревянном ящике.

На первом этапе детей разделили на три группы по десять человек. Две группы были экспериментальными, а одна — контрольной. Каждый ребенок держал монету в левой руке на одинаковой высоте и на одном и том же расстоянии от отверстия в ящике. При этом правой рукой нужно было давить на кнопку для изменения размера отверстия. Контрольной группе, в отличие от остальных, следовало оценить не настоящие монеты, а картонные «кружочки» такого же размера, как оригинал. Опыт показал, что дети в экспериментальных группах переоценили размер монет на 30%.

Второй этап эксперимента подразумевал разделение детей на две группы. Главным критерием для дифференциации стал экономический статус семей. Образовались две группы: «бедная» и «богатая». Группы оценивали размер настоящих монет путем изменения диаметра отверстия. Выяснилось, что обе группы переоценили диаметр монет. Но при этом «бедная» группа ошиблась в диаметре почти на 50%. Из этого Брунер и Гудман сделали вывод, что бедные дети имели больше желания овладеть деньгами, поэтому монеты казались им большими.

К сожалению, выросшие дети, которые мечтают поменять свой экономический статус, нередко обманываются «в размере монеты». Только в данном случае в роли монеты выступает придуманная идея — по их мнению, абсолютно гениальная, но ни на чем не основанная. На разработку этой мифической идеи человек тратит все свое время.

В бизнесе иллюзии могут привести к неправильным решениям и выборам, не только невыгодным, но и опасным. Например, компания может потратить много денег на неэффективную рекламу в надежде, что она обязательно

приведет к увеличению продаж. Или попасться в ловушку иллюзий, связанных с новыми технологиями, инвестируя в них большие деньги, но не учитывая риски и возможные негативные последствия. Важно научиться различать реальность и иллюзии в бизнесе, чтобы не тратить ресурсы на ненужные вещи и не попадать в неприятные ситуации.

Был у меня один знакомый — Семен Логинов. Раньше он работал у нас в компании и занимался установкой окон. Потом решил уйти и реализовать свою гениальную идею — создать сайт, на котором люди смогут самостоятельно заказывать пластиковые окна. Звучит неплохо, согласны?

Семен планировал продавать продукцию на 10% дешевле. Он считал, что из компании нужно убрать менеджера, замерщика и технолога. На сайте человек должен был сам задать параметры окон, сам оформить договор, сам оплатить продукцию. После долгих манипуляций потребителю останется только дождаться заказа и самостоятельно установить окна.

Логинову очень нравилась эта идея и особенно то, что ему не придется контролировать персонал и платить за офис. Он жил в предвкушении реализации своего гениального плана, однако боялся, что идею могут украсть, поэтому никому ни о чем не рассказывал. Хотя мог бы спросить совета у меня, как у человека, который занимается маркетингом.

В итоге в разработку сайта и реализацию идеи Логинов вложил около четырех миллионов рублей. Зарегистрировал товарный знак, создал сайт, запустил рекламу во «ВКонтакте». И, полный решимости нагнуть оконный рынок, вступил в игру, которую проиграл.

Стоимость размещения рекламы на его сайте была дороже, чем где-либо, и никто не хотел за нее платить. Потребители не понимали сайт и уходили. Заказы осуществлялись только профессиональными установщиками окон, но их было мало. За все время было оформлено максимум три заказа. Семен вложил не меньше

миллиона в раскрутку бренда, но результата не было, и все попытки изменить ситуацию результата не приносили. Вот вам пример того, как человек может выдавать желаемое за действительное. За полтора года Логинов потерял драгоценное время, кучу денег и сил лишь потому, что не спросил совета профессионалов и погряз в идеях, оторванных от реальной жизни.

Как только наша привязанность к идеям становится слишком сильной, мы оказываемся гораздо менее гибкими даже тогда, когда это необходимо... Возникает риск игнорирования идей, идущих от других людей, — пусть даже эти идеи значительно лучше наших¹.

Дэн Ариели,
профессор психологии и поведенческой
экономики

«А давайте продавать двери фурами!», «А давайте сделаем так, что нашу продукцию сами все разберут и на нее сами все накинута!».

Помню, был у нас в компании «Юта» сотрудник, который говорил: «Я хочу, чтобы мне звонили люди, которые двери фурами покупают!»

Другие партнеры говорили:

— Сделайте такую рекламу, чтобы нам звонили люди с четырехкомнатными квартирами!

¹ Ариели Д. Позитивная иррациональность / Дэн Ариели; пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2022.

— Представьте, человек дает запрос в поисковую строку Яндекса «купить пластиковые окна», это, значит, сколько окон он хочет приобрести? — спрашивал я.

— Ой, а мы не знаем!

— Значит, вы понимаете, что это невозможно? Человек же не запрашивает в поисковой строке «я хочу купить окна для четырехкомнатной квартиры».

Часто люди думают, что, фонтанируя идеями, они помогают себе продавать, но на деле просто занимаются самообманом, без конца меняют запросы, выдают желаемое за действительное. В конечном счете это все не работает и получается только хуже.

Чтобы избежать повторения нашей ситуации с сушкой сигарет и не стать жертвой иллюзий «гения» Логинова, применяйте в жизни и бизнесе несложную схему. Она поможет вам провести границу между воображением и реальностью.

1. Поймите причину ухода от реальности

Если вы время от времени чувствуете себя потерянным в собственных мыслях или предаетесь игре воображения, постарайтесь понять причину ухода от реальности. Возможно, таким образом вы пытаетесь справиться с прошлой болью, которую не можете отпустить. Или фантазии о достижении целей, которые на самом деле чужие и выдуманые, отвлекают вас от неприятной ситуации. Причин может быть множество. Но противоядие для них только одно: перестаньте витать в облаках и ищите реальные решения, помогающие преодолеть проблему или добиться поставленных целей.

2. Не ищите намеков

Возвращаемся к истории про сигареты. Мы искали намеки на то, что их качество изменится после просушки

в микроволновке. Мы обманывались, как обманывается человек, которому нравится девушка, но шансы на отношения с ней практически нулевые. Дело в том, что наш мозг заточен на постоянный поиск намеков на желаемые события. Старайтесь разграничивать желания и реальную расстановку дел.

3. Не отвергайте доказательства

Нередко доказательства несостоятельности нашей «гениальной» идеи вполне очевидны. Однако, поглощенные желанием, мы предпочитаем их игнорировать и цепляться только за те, которые наши идеи оправдывают. К счастью, мы с Серегой послушали нашего приятеля, и его мнение о сигаретах стало доказательством бредовости наших планов, хотя мы уже заглотили наживку иллюзий.

4. Задавайте себе вопросы

Есть ряд эффективных вопросов, которые точно помогут разобраться в ситуации: «Как обстоят дела?», «Почему я так считаю?», «Какие есть аргументы против?».

Подумайте об этом — весьма вероятно, что розовые очки спадут сами собой.

5. Старайтесь не допускать подмены понятий

Мы употребляем слова и выражения, подменяя их истинный смысл. Например, фразы «Я хочу это сделать» и «Нам нужно это сделать» звучат одинаково, но означают разные вещи. «Я хочу это сделать» выглядит вызывающе, самоуверенно. В определенных ситуациях — даже эгоистично. «Нам нужно это сделать» транслирует заботу о себе и о тех, кто работает рядом. Вот почему я так бьюсь за конкретику и четкость формулировок. Стоит только тщательно проанализировать свою позицию и формулировки, как

вы поймете, что ваше желание вообще никак не пересекается с желаниями и нуждами другого человека.

6. Не жертвуйте собой ради людей

Это правило я не устану повторять, потому что жертвенность всегда отрывает нас от реальности. Поверьте, люди способны справиться и без вас. Вы окружены зрелыми личностями, которые вполне понимают свои обязанности, потребности и возможности. Если это не так, прощайтесь и меняйте тактику. Потому что расстаться с теми, кто привык складывать лапки, — это полдела, важнее поменять свой стиль управления, чтобы такие сотрудники у вас не задерживались. Это самый верный путь к освобождению из бесконечного круга самообмана.

Однажды я видел интервью с продюсером дуэта Потап и Настя Каменских и отметил для себя очень интересный факт. Алексей Потапенко, более известный как Потап, — человек необычайно сообразительный и ориентированный на развитие своего проекта. В разговоре была затронута тема хитов, и Потап без тени сомнения заявил журналистке:

— А я знаю, как написать стопроцентный хит!

— Да, ладно? Никто ведь не знает. Все говорят, что это случайно происходит, — в недоумении говорит интервьюер.

— А я говорю, что точно знаю!

По мнению Потапа, чтобы песня стала хитом, нужно взять музыку в формате 220 bpm¹, придумать легкий текст, чтобы его можно было быстро запомнить, а затем еще придумать какое-нибудь слово типа «чумачечая» — оно, как крючок, цепляет внимание слушателя. Затем

¹ BPM (англ. beats per minute, удары в минуту) — показатель, определяющий скорость исполнения или воспроизведения музыкальной композиции.

повторить это слово в песне не меньше семидесяти раз. А далее выпустить клип, где будут присутствовать женские и мужские типажи, добавить немного роскоши, немного юмора — и будет вам суперхит.

Журналистка в шоке и, кроме недоверчивого «да ладно?», не может ничего вымолвить. Но Потап гнет свою линию: «Именно так я пишу все свои песни». Наконец, журналистка спрашивает: «А вам нравятся ваши песни?» И Потап отвечает: «Нет».

— Как это? Вы пишете песни, которые вам не нравятся?

— Да, мне не нравится. Потому что я люблю слушать другую музыку. Если я сейчас начну делать ту музыку, которая мне нравится, и попытаюсь ее продать, то просто разорюсь. Поскольку вкус у меня специфический: я люблю тяжелый рок. Я знаю, что такую музыку трудно продавать. Поэтому для людей, для широкого потребителя, делаю музыку, которая им понравится. При этом ничего не мешает мне для души слушать что-то другое.

Я считаю, что такой подход каждый может применить в своей работе. Ты понимаешь цели и идешь к ним, экономя время. Даже если «нравится» и «востребовано» оказываются совершенно противоположными вещами.

Мне всегда было интересно, как люди выбирают, каким бизнесом заняться. Я заметил, что практически никто не хочет заниматься септиками и откачивать фекалии, хотя это очень прибыльный бизнес. Вместо этого все хотят открыть кофейню или заниматься флористикой, потому что считается, что бизнес должен выглядеть круто и классно. Чтобы можно было гордиться своим бизнесом и заявлять: «У меня своя кофейня» или «У меня свой цветочный магазин». Чтобы приходиться на работу в красоту, садиться за рабочий стол, пить кофе и думать: «У меня свой ресторан! Проходите, садитесь за столик, пожалуйста. Обслужите, ребята, моих друзей». Однако на самом деле больших денег там нет. Общепит хорош как дополнительный бизнес для души, но не как фундамент для обогащения.

Например, если мы предлагаем купить франшизу предприятия по производству окон, то некоторые бизнесмены при слове «окна» делают брезгливое лицо: «Что? Окна? Ремонты какие-то? Ну это же не круто».

То есть, следуя антилогике Потапа: «Зачем мне писать песни, которые мне не нравятся? Ну уж нет! Я буду продвигать любимое мое дерьмо!» Профессионалы будут говорить, что такая музыка уже давно не продается. Но человек на это ответит, что ему нравится и что он хочет, чтобы его творчество жило.

Допустим, маркетологи рассказывают художнику, что сейчас хорошо продаются желтые шары. Но он упорно не хочет их рисовать, а хочет изображать траву. Маркетологи вопят, что это совсем не покупается, но творец не сдаётся, рисует травку холст за холстом. При этом картины с желтыми шарами разлетаются, как горячие пирожки и за ними уже очереди до Канады. А траву никто не берет — на фиг не нужна никому. И вот он всю жизнь рисует эту траву, ее никто не покупает. У художника ничего не получается, денег нет, он смотрит на успешных людей и говорит, как вы думаете, какую фразу? Конечно: «Им просто повезло». Но эти успешные люди просто рисовали шары, не тратя время на никому не нужную траву.

Если вы, читая эту книгу, вдруг задумалась над вопросом, как выбрать новое направление бизнеса, тогда вот вам пошаговый рецепт с фото. Шутка! Вот вам прописанный рецепт с факторами для ориентирования при выборе направления бизнеса:

1. Выбирайте идею по принципу не только личного интереса, но и спроса со стороны потенциальных клиентов.
2. Идея должна быть актуальна. В противном случае вы не найдете покупателей.
3. Бизнес-идея не обязана быть оригинальной. Любое дело усилиями и вложениями можно довести до прибыли.

4. Быстрые тренды проходят моментально, на них можно заработать только в ограниченный период. Так было и так будет всегда. Не гонитесь за каждой новинкой, анализируйте рынок.

Критика — это лучший способ выиграть время. Я просто обожаю критику. Но при этом ясно понимаю, что она должна поступать от авторитетных людей. Я готов внимательно выслушивать критику от тех, кто сам чего-то добился. С другой стороны, критика от условной уборщицы абсолютно бесполезна.

Нужно понимать, что критика позволяет улучшить ваш продукт. Иногда люди, общаясь со мной, ошибочно полагают, что я считаю их несостоявшимися. Но это не так. Просто когда мне показывают что-либо для оценки, я сначала критикую. Но тут же советую, что нужно сделать, чтобы ситуацию улучшить. Я не смотрю на жизнь по принципу «все мое хорошее, а чужое — плохое». Просто моя голова работает так, я — перфекционист. Крайне критичен к себе и ко всему вокруг. Считаю, что нет предела совершенству. Думаю, что лучше сразу сказать, что не так, чем рассыпаться в комплиментах, терять на это время.

Иллюзии привлекают нас тем, что избавляют от боли, а в качестве замены приносят удовольствие. За это мы должны без сетований принимать, когда, вступая в противоречие с частью реальности, иллюзии разбиваются вдребезги.

Зигмунд Фрейд,
австрийский психолог, психиатр, основатель
психоанализа

Отталкивайтесь от рынка, чтобы не остаться в стороне от него. Рынок постоянно меняется, если вы не будете следить за его тенденциями, то рискуете остаться в прошлом. Не стоит думать, что ваша идея самая лучшая и что она обязательно найдет своего потребителя. Подвергайте свои идеи сомнению, анализируйте их с разных сторон и ищите возможные недостатки. Только так вы сможете создать продукт, который будет действительно востребован на рынке. Не надо заплывать в гавань иллюзий, думая, что все будет легко и просто. Работа над проектом требует много времени и усилий, и не всегда результат будет соответствовать вашим ожиданиям. Поэтому важно задавать себе вопросы, которые помогут вам оценить реальность идеи и выведут из сладкого томления в фантазиях.

«Делать нужно только то, что нравится исключительно вам» — это одна из тех иллюзий, которые может вас уничтожить. Работа над проектом требует не только творческого подхода, но и аналитического мышления. Не закливайтесь на личных предпочтениях и игнорировать мнение рынка. Важно найти баланс между собственными интересами и потребностями рынка. Анализируйте, раз вступаете в опасную бизнес-игру. Работа над проектом — это всегда риск, и не забывайте об этом.

Секрет № 2

ХВАТИТ БЫТЬ
ХОРОШИМ



Мне так надоело готовиться
к жизни — пора наконец начать
жить.

Сомерсет Моэм,
английский писатель

Как часто вы слышите фразу «будь хорошим»? Эти слова нам говорят с детства. И мы стараемся следовать им во всех сферах нашей жизни. Однако чтобы достичь выдающихся результатов, быть хорошим недостаточно.

Москва. Аэропорт. В зале ожидания я встретил знакомого. Обычно наши встречи сопровождаются неожиданными событиями и волнующими перспективами. В самый разгар общения к нашему столику подошла женщина лет пятидесяти пяти, привлекающая внимание своей уверенностью и напором.

«Помогите, пожалуйста, купить кофе в автомате», — попросила она. Ну ладно. Купить кофе — минутное дело. Мы подходим к автомату, я делаю заказ и понимаю, что ее карточка не проходит. Изю всех сил пытаюсь произвести оплату, но тщетно. Через пять минут, перепробовав все возможные способы заполучить кофе, я все еще не терял надежды. Предложил ей купить напиток за наличные. Женщина протянула тысячу рублей, но я понимал, автомат с этой купюры сдачу ей не даст.

Прошло еще пять минут. Наконец, исчерпав все попытки добыть кофе для этой дамы, я предложил ей зайти в кофейню, которая находится примерно в двадцати шагах от нас. Я сам недавно взял там фирменный американо от баристы. И стоило это удовольствие не дороже кофе из автомата. При этом кофе был не сожженный и очень ароматный.

Но женщина уперлась рогами и требовала кофе только желаемым способом. Я продолжал мучиться, пока к нашему непродуктивному дуэту не подключился мой приятель. «Дальше вы разберетесь как-нибудь сами», — решительно сказал он и отвел меня в сторону.

— Ты понимаешь, что сейчас произошло? — спросил мой друг.

— Нет.

— Мы обсуждали важную вещь, потом подошла какая-то тетка. Она видела, что мы заняты, однако беспардонно вытащила тебя из разговора. Потом ты двадцать минут пытался купить ей кофе. При этом два раза ты предложил ей стопроцентный вариант, при котором она точно получит его. Но она тебя проигнорировала.

— И правда, фигня какая-то, — задумался я.

Тем временем женщина, которая отняла у меня двадцать минут жизни, уже привлекала к своей проблеме других участников, находящихся в терминале. Тогда мой приятель сказал:

— Ты знаешь, что есть такая философия неигровых персонажей (NPC, non-player character)? В компьютерных

играх так называются люди, которые встречаются на твоём пути, но никаким образом не влияют на твоё развитие. Они не имеют отношения ни к твоему заработку, ни к достижениям, если говорить прямо — не влияют вообще ни на что! Они приходят, чтобы отнять твоё время.

Я был всерьёз озадачен. Почему эта женщина подошла именно ко мне? Проведя нехитрый анализ ситуации и окинув взглядом других «жертв» кофейного автомата, я понял, что она обращалась исключительно к тем, кто был очень занят. И это при том что в терминале было огромное количество людей, сидящих поодиночке и не увлечённых разговором. Но эта женщина выбирала только тех, кто занят. Возможно, таким образом она закрывала какие-то свои тайные потребности.

Некоторые люди могут вести себя странно, даже назойливо. Они не контролируют свои действия и не понимают, как их поведение влияет на окружающих. Их призвание — отвлекать вас от дела, потому что это единственный способ, которым они могут привлечь внимание и получить хоть какую-то реакцию от окружающих. Познакомьтесь, это и есть NPC. Потому что они вроде бы существуют, но при этом не имеют сознательного контроля над своей жизнью. И моя история полностью доказывает, что это не научная фантастика, а банальное наблюдение. Иногда мы так сосредоточены на работе, что неспособны разглядеть в своём ближнем кругу таких людей.

Тема, конечно, интересная, но, думаю, нам следует прерваться. О неигровых персонажах я обязательно расскажу чуть позже, а сейчас настало время перейти на более скользкую дорожку. Мои следующие утверждения многим из вас покажутся, мягко говоря, спорными. Как ни крути, всем нам очень хочется быть хорошими. Начиная эту тему, я осознаю, что поступаю не так, как принято, но не стыжусь этого.

Если вы не знаете источник отвратительного сочетания цинизма и чувства вины, в котором протекает жизнь большинства людей, то я назову вам этот источник: цинизм происходит оттого, что никто из них не пользуется и не принимает альтруистическую мораль; вина возникает потому, что они не решаются ее отвергнуть¹.

Айн Рэнд,
американская писательница и философ,
автор романа «Атлант расправил плечи»

Итак, я давно уже никого никуда не вожу: ни родственников в аэропорт, ни друзей в другой город, ни соседей в булочную. Все свои перемещения они могут осуществить с огромным успехом и без меня. А я всегда могу предложить им альтернативу в виде такси, которое лично оплачу. Почему? Потому что знаю, сколько стоит мое время. Поездка в аэропорт может вылиться в три часа, вырванных из моей жизни. За эти три часа я вполне могу заработать деньги. И это я еще не учитываю расходы на бензин. По всему выходит, что такси обойдется дешевле.

Но вы скажете: «Это же мама!» Так вы и не делаете ничего плохого. Она просто приедет к вам на комфортной машине, а вы на те деньги, которые заработаете за это время, лучше сводите ее в ресторан или просто отдадите их ей. Мама обрадуется, уж поверьте. Не стоит

¹ Рэнд, А. Добродетель эгоизма. — М.: Альпина Паблицер, 2023.