

Эта книга принадлежит

Контакты владельца

Эту книгу хорошо дополняют:

iПрезентация

Кармин Галло

Доставляя счастье

Тони Шей

Rework

Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер Хенссон

Правила Голдратта

Элияху Голдратт

Carmine Gallo

The Innovation Secrets of Steve Jobs

Insanely Different Principles
for Breakthrough Success

McGraw-Hill

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Кармин Галло

Правила Джобса

Универсальные принципы
успеха от основателя Apple

Перевод с английского Лины Пильберт

3-е издание

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2013

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 658.5(082.2)

ББК 65.290-2

Г15

Издано с разрешения McGraw-Hill

Галло, К.

Г15 Правила Джобса. Универсальные принципы успеха от основателя Apple / Кармин Галло ; пер. с англ. Лины Пильберт. — 3-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с.

ISBN 978-5-91657-585-9

Это книга о том, как гению инноваций Стиву Джобсу удалось стать примером для подражания и объектом зависти бизнесменов всего мира. Джобс входил на насыщенные рынки с новинкой — и побеждал. Мир без него был бы принципиально другим.

Кармин Галло, внимательный наблюдатель и скрупулезный исследователь, выделил семь правил Джобса для «новаторства без боли». Следуйте им, чтобы зажечь воображение и увеличить креативность, найти новые идеи для роста бизнеса и развития карьеры. И, возможно, чтобы изменить мир.

Книга, несомненно, принесет пользу амбициозным бизнесменам и менеджерам и будет интересна всем поклонникам таланта Джобса и гаджетов Apple.

УДК 658.5(082.2)

ББК 65.290-2

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

© Carmine Gallo, 2011

© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-585-9

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение. Что сегодня нужно миру, так это больше Джобсов —	
Стивов Джобсов.	8
Глава 1. Что бы сделал Стив?	16
Принцип 1. Делайте то, что любите.	29
Глава 2. Следуйте голосу своего сердца	30
Глава 3. Думайте иначе о своей карьере	40
Принцип 2. Оставьте след во Вселенной	57
Глава 4. Вдохновляйте «евангелистов»	58
Глава 5. Думайте иначе о своей идее.	74
Принцип 3. Встряхните ваше сознание.	91
Глава 6. Ищите новый опыт.	92
Глава 7. Думайте иначе о том, как вы думаете	103
Принцип 4. Продавайте мечты, а не продукты.	113
Глава 8. Умейте видеть гениев в их сумасшествии.	114
Глава 9. Думайте иначе о своих клиентах.	135
Принцип 5. Скажите «нет» тысяче вещей.	143
Глава 10. Простота — это сложнее всего.	144
Глава 11. Думайте иначе о дизайне	162
Принцип 6. Создайте безумно великий опыт	179
Глава 12. Мы здесь, чтобы помочь вам расти.	180
Глава 13. Думайте иначе об опыте отношений с вашим брендом	191
Принцип 7. Овладейте посланием	203
Глава 14. Самый великий корпоративный рассказчик в мире	204
Глава 15. Думайте иначе о своей истории.	213
Еще один момент	221
Не позволяйте глупцам сломать вас	221
Благодарности.	225

ВВЕДЕНИЕ

Что сегодня нужно миру, так это больше Джобсов — Стивов Джобсов

В открытом письме президенту США Бараку Обаме обозреватель New York Times Томас Фридман попросил создавать больше Джобсов — Стивов Джобсов: «Из миллионов американских детей нам нужно получить не просто гениев, а людей, которых волнуют инновации и предпринимательство»*. Если вам нужно больше хороших рабочих мест, убеждал Фридман президента, нация должна лучше стимулировать ту среду, в которой поощряется и процветает новаторство. Одним словом, стране нужно больше таких людей, как сооснователь СЕО корпорации Apple Стив Джобс. Ведь в основном благодаря революционному мультимедийному смартфону iPhone — одному из самых инновационных устройств десятилетия — корпорация Apple в 2010 году превзошла Microsoft, став самой прибыльной технологической компанией в мире. Это поразительное достижение для любой компании, но особенно — для той, которая зародилась в гостевой спальне.

Войдя во второе десятилетие нового тысячелетия, Америка столкнулась с массой проблем. Миллионы людей теряют жилье или работу, а зачастую и то и другое. Один из шести американцев живет на продовольственные

* Томас Фридман, «Больше (Стивов) Джобсов, Джобсов, Джобсов, Джобсов», New York Times, 24 января 2010, nytimes.com/2010/01/24/opinion/24friedman.html?_r=1&page=1 (по состоянию на 25 января 2010). Томас Фридман — известный американский журналист и писатель, трехкратный лауреат Пулитцеровской премии, автор бестселлера «Плоский мир: краткая история XXI века».

талоны, государственное образование отчаянно нуждается в радикальной перестройке, и предприниматели во всех частях страны сражаются, стараясь поддерживать свои предприятия на плаву. «Начавшееся с террористического акта 11 сентября и закончившееся финансовым кризисом, первое десятилетие этого века, вероятно, войдет в историю наравне с самым удручающим и разочаровывающим десятилетием, которое американцы пережили после Второй мировой войны». Назвав его адским десятилетием, журнал Time отметил: лучшее, что мы можем сказать об этом десятилетии, это то, что оно закончилось*.

Великая рецессия распространилась по многим частям мира, заражая страны со слабой экономикой и неразвитой инфраструктурой, борющиеся с деградацией окружающей среды, болезнями и невообразимой бедностью. Настоящий прогресс в следующем десятилетии потребует свежих, творческих и инновационных идей. «Ключ в том, чтобы продолжать вводить новшества, — сказал сооснователь Microsoft Билл Гейтс. — За последние два века инновации более чем вдвое увеличили продолжительность нашей жизни, дали нам дешевую энергию и продовольствие. Если представить, каким может быть мир через десять лет без инноваций в сфере медицины, энергетики и сельского хозяйства, картина сложится мрачная**». В следующем десятилетии предприятия и отдельные люди должны опираться на два столпа — творчество и новаторство. Невыполнение этого требования задушит прогресс в тот период истории, когда он жизненно необходим.

Хорошая новость в том, что экономический спад часто выступает как катализатор инноваций. По словам CEO корпорации IBM Адалио Санчеса, «когда вы попадаете в ситуацию, где необходимо быть действительно благоразумным, чтобы сделать большее с меньшими затратами, пробуждается настоящая потребность в инновациях и возникает тот уровень творчества, которого иначе, в обычное время, у вас бы не было. Возросшее новаторство не всегда требует большего количества долларов. Суть в том, как вы используете эти доллары***».

История показывает, что величайшие инновации были введены в периоды тяжелого экономического стресса. Как отмечает Booz & Company

* Энди Сервер, «2000-е: Прощай (наконец). адское десятилетие» («The '00s: Goodbye (at Last) to the Decade from Hell»), Time, 24 ноября 2009, time.com/time/printout/0,8816,1942834,00.html (по состоянию на 30 января 2010).

** Билл Гейтс, «Ключ к светлому будущему — инновация», Financial Times, 29 января 2010, ft.com/cms/s/2/a4810bb2-0c75-11df-a941-00144feabdc0.html?catid=11&SID=google (по состоянию на 29 января 2010).

*** Барри Ярузельски и Кевин Дехофф, «Profits Down; Spending Steady» («Доходы падают; расходы стабильны». *Прим. перев.*), Strategy + Business, зима 2009, 46.

в отчете 2009 года, «телевидение, ксерография, электрические бритвы, FM-радио и множество других изобретений появились во времена Великой депрессии. Такие компании, как DuPont, которая в 1937 году получала 40 процентов своих доходов от продуктов, представленных после 1930 года, занимались инновациями не только для того, чтобы пережить Великую депрессию, но и с целью подготовки почвы для десятилетий устойчивого прибыльного развития»*. Благодаря исследованию Booz & Company было обнаружено, что легендарные новаторы были сформированы во времена стресса. Перед лицом неприятностей успешные новаторы пользовались своими преимуществами и предпринимали смелые действия, ища новые возможности создать что-то ценное.

Действительно, стресс, конфликт и нужда кажутся естественным поводом сказать себе: найди новый путь. Во время поездки в местечко Пасо-Роблес, провозглашенное одним из главных перспективных винодельческих регионов мира, я посетил винный завод с экспозицией камней на прилавке. «Зачем эти камни?» — спросил я. «Это куски известняка, содержащиеся в местной почве, — горделиво ответила одна из женщин, наливая мне на пробу отмеченное наградой вино Zinfandel. — Чтобы выжить в этой каменистой почве, корням винограда приходится прикладывать сверхусилия, чтобы добраться до воды. В результате виноградные гроздья обладают более насыщенным вкусом, а, как известно всем виноделам, прекрасное вино начинается с прекрасных ягод».

Стресс неприятен, но я уверен: те же силы, что действуют на виноградную лозу, оказывают свое магическое воздействие и на целое поколение бизнесменов. За последние два года я получил сотни писем от людей, которые потеряли работу и восприняли эту ситуацию как возможность последовать за своей страстью и создать что-то новое и инновационное. Wall Street Journal отмечает, что все большее число выпускников колледжей, столкнувшихся с безжалостным рынком труда, решают полностью отказаться от корпоративного пути и организовывать свои собственные компании. Получается, что представители поколения 2000-х, часто характеризующиеся как дерзкие, испорченные и импульсивные, создают серьезные и значимые стартап-компании** высочайшего уровня. Я не удивлюсь, если через десять лет мы обнаружим, что «адское

* Барри Ярузельски и Ричард Холман, «Innovating Through the Downturn: A Memo to the Chief Innovation Officer» («Инновации во время экономического спада: памятка главному сотруднику по инновациям». *Прим. перев.*), исследование Booz & Company, Inc., 2009, booz.com/media/uploads/Innovating_through_the_Downturn.pdf (по состоянию на 22 мая 2010).

** Стартап, или стартап-компания (от англ. start-up — «запускать»), — компания с короткой историей операционной деятельности. Как правило, такие компании созданы недавно, находятся в стадии развития или исследования перспективных рынков. *Прим. перев.*

десятилетие» на самом деле было временем, вдохновившим на создание бесчисленного количества новых продуктов, услуг, методов и идей. Во всех концах мира, запершись в гаражах, комнатах школьных общежитий, лабораториях и классах, свежая волна новаторов работает над открытиями в сферах технологии, здравоохранения, науки и охраны окружающей среды.

«Наш страх может быть нашим спасением, — писал Рик Хэмпсон в статье для USA Today. — Американцы часто думают, что столкнулись с худшими временами, и в результате этого упорно стараются сделать лучшее из того, что могут. Касалось ли это запуска советского спутника в 1957 году, падения Сайгона в 1975-м или экономического вызова со стороны Японии в 1980-х, нас преследовала устойчивая убежденность, что лучшие дни остались позади... и все же именно понимание, что мы на краю обрыва, спасло нас от падения. Вместо того чтобы недооценивать трудности, мы слишком остро на них реагировали. В соперничающем мире именно это является ключом к успеху»*.

Инновации нужны, чтобы вывести страну из уныния, — большие, смелые и творческие идеи, чтобы оживить и восстановить доведенные до отчаяния страны, находящиеся в бедственном положении компании и застопорившиеся карьеры. Кто может лучше указать план действий, как не «лучший исполнительный директор десятилетия», по мнению журнала Fortune, Стив Джобс?

В октябре 2009 года компания McGraw-Hill выпустила книгу «iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса»**. Она быстро стала мировым бестселлером. Но на пути к вершине случилась забавная вещь. Название книги в списках бестселлеров стало соседствовать с такими известными книгами по достижению успеха и решению проблем своими силами, как «Тайна» Ронды Берн и «Семь навыков высокоэффективных людей» Стивена Кови. Читатели стали делиться историями о том, как в результате прочтения книги они изменили свой подход к бизнесу и карьере. В статье для Java World журналист написала, что купила книгу, чтобы улучшить свои навыки презентации, но обнаружила самородки мудрости, способные помочь IT-менеджерам и директорам по информационным технологиям стать более хорошими руководителями. Я был доволен откликами. Книга, несомненно, затронула тех читателей, которые искали инструменты успеха, выходящие за

* Рик Хэмпсон, «Америка в следующем десятилетии, перемены и вызовы», USA Today, раздел 1A, 5 января 2010.

** На русском языке эта книга Кармина Галло вышла в издательстве «Манн, Иванов и Фербер» в 2011 г. *Прим. ред.*

рамки успешной презентации. Сейчас вы читаете ее «компаньона». Хотя эта книга обращается к важности общения (инновации ничего не значат, если вы не можете заинтересовать ими людей), ее содержание гораздо глубже проникает в принципы, которыми Стив Джобс руководствовался большую часть своей жизни, — в уроки, которые помогут вам раскрыть свой потенциал в бизнесе и жизни.

Прежде чем мы рассмотрим принципы, делающие Стива Джобса одним из самых успешных новаторов в мире, мы должны договориться об определении инновации, которое касалось бы всех, вне зависимости от должности или обязанностей. Если ограничиться одним предложением, *инновация — это новый способ ведения дел, который приводит к положительным изменениям. Она улучшает жизнь.*

«Существует широко распространенное мнение, что инновация — это лучший способ поддержания экономического процветания, — сказал мне экономист Тапан Мунро. — Инновация увеличивает продуктивность, а продуктивность увеличивает возможность более высокого дохода, более высоких прибылей, новых продуктов и процветающей экономики. Однажды открыв занавески мировой экономики, вы видите солнечный свет. Не все закрыто облаками. Нам нужно превращать умные идеи, затрагивающие реальные проблемы, в продукты и услуги, которые желают все»*. Мунро наряду с Гейтсом и Фридманом полагает, что инновация должна стать нашей новой мантрой.

«Инновация — это широкий концепт, — говорит Мунро. — Есть инновации с “маленькой и” и инновации с “большой И”. “Большая И” касается таких вещей, как создание Интернета, двигателя внутреннего сгорания и штрихкода. Но инновация также может касаться маленьких улучшений, которые действуют в течение продолжительного времени и делают жизнь лучше, помогают вашему бизнесу расти, улучшают продукт или продуктивность вашей компании»**. Эти маленькие инновации происходят каждый день и делают жизнь лучше для всех.

«Ведение бизнеса “как обычно” — это путь к катастрофе, — пишет Кертис Карлсон в *Innovation*. — Традиционного профессионального обучения недостаточно, если вы хотите преуспеть в нынешнем бурном деловом мире; у вас должны быть и новаторские навыки. Если вы знаете, как создать потребительскую ценность независимо от конкретной направленности вашего предприятия, у вас гораздо больше шансов достичь успеха и остаться трудоспособным на протяжении всего финансового

* Тапан Мунро, доктор наук, экономист, автор «What Makes Silicon Valley Tick?» («Что заставляет Кремниевую долину тикать?». *Прим. перев.*), в разговоре с автором, 5 февраля 2010.

** Там же.

года. В противном случае вы можете проиграть»*. По словам Карлсона, неважно, есть ли у вас ученая степень по аэрокосмонавтике или же вы опытный финансовый аналитик, бухгалтер или специалист по страхованию, — ваша квалификация должна приспособиться к новому миру. И приспособление означает новые, творческие способы взглянуть на потенциальные и уже существующие проблемы.

Творчество требует работы. «Иновации — это не то, что можно сделать, а потом сесть сложа руки и расслабиться», — говорит Мунро. Иновация — это необходимость непрерывного совершенствования для каждого человека. Он приводит такой пример: «Возьмем небольшое предприятие по консалтингу, предлагающее услуги экономического прогнозирования. Первое, что я сделал бы, если бы хотел быть настоящим новатором, это предложил услуги, которые дали бы мне большое преимущество. Если бы мои услуги были такими же, как у пяти других фирм в моем регионе, я бы вводил новшества в следующих областях: обеспечение лучшего обслуживания клиентов, повышение качества научных исследований, увеличение количества уникальных предложений, улучшение качества и четкости коммуникации и применение более удобных для пользователей материалов». По словам Мунро, один вопрос выделит вас из остальной массы: *как я могу помочь моим клиентам и покупателям?* «Ответ на этот вопрос и есть иновация», — отмечает Мунро**.

Для многих компаний и отдельных предпринимателей повторение тех же процессов, что вызвали мировой финансовый кризис, просто приведет к тому же результату. Сделать иновацию частью своей ДНК — значит применить к своему бизнесу, карьере и жизни мантру Apple «Думай иначе». Если ваш продукт не интересует покупателей, вам надо подумать иначе, как вдохнуть новую энергию в свои предложения. Если ваши продажи падают, вам надо подумать иначе, как улучшить покупательский опыт. Если вы провели 2000-е, переходя с одной работы на другую, вам надо подумать иначе об организации своей карьеры.

Способ думать, как Стив Джобс, способен помочь не только бизнесменам, но и преподавателям. «Образование в Америке могло бы использовать огромную дозу иноваций, — писал Роберт Кийосаки в книге «Богатый папа»***. — Американским школам нужно брать пример с предприятий, созданных такими предпринимателями, как Генри Форд и Стив Джобс. Они дали нам план действий. Американской системе обучения

* Кертис Карлсон и Уильям Уилмот, «Innovation» («Иновации». Прим. перев.), Нью-Йорк: Crown Business, 2006, 17.

** Тапан Мунро, в разговоре с автором.

*** Кийосаки Роберт. Богатый папа, бедный папа. Минск, Попурри, 2009.

нужна инъекция новаторства — это именно то, что делают предприниматели. Нам нужны две разные программы для средней школы: одна для служащих, другая для предпринимателей... образование предпринимателей отличается от образования людей, работающих по найму»*.

В этой книге не будет обсуждений загадочных и сложных теорий новаторства, описания которых пылятся на полках университетских библиотек. «Большинство исследований докторов наук на тему инноваций трудны для понимания, потому что пишутся не для большинства людей, — сказал мне один экономист. — Исследования пишутся докторами наук для докторов наук. В большинстве случаев чем сложнее теория, тем уважаемее становится ее автор в глазах коллег. Я играл в это годами».

Сейчас у нас нет времени для игр. Для выхода из мирового кризиса нам нужны практические инструменты и принципы, которые помогут раскрыть творческий потенциал, заложенный в каждом из нас. Принципы, с которыми вы вскоре познакомитесь, просты, выразительны и доступны любому специалисту в любой сфере и на любом предприятии: исполнительному директору, менеджеру, предпринимателю, консультанту, творческому работнику, владельцу небольшого бизнеса, учителю, врачу, юристу, риелтору, студенту, неработающей маме и — да! — докторам наук, которые действительно верят в то, что использование их исследований может улучшить условия жизни людей.

Инновацию часто путают с изобретением. Эти два понятия дополняют друг друга, но различны. Акт изобретения означает придумывание, создание или воплощение новых продуктов или процессов. Инновация начинается с создания идей, которые в конечном счете переносятся на изобретения, услуги, процессы и методы. Не все могут быть изобретателями, но все могут быть новаторами. Вы владеете небольшим бизнесом и придумали, как превратить посетителей в покупателей? Вы новатор. Вы менеджер, создавший новый способ мотивации служащих? Вы новатор. Вы предприниматель, начавший с нуля свой бизнес после постоянной смены мест работы? Вы новатор. Вы неработающая мама, которая придумала, как реконструировать соседнюю среднюю школу? Вы новатор.

Инновация — это то, что обычные люди делают каждый день, чтобы жить исключительной жизнью. На страницах этой книги вы встретитесь со многими из них — с мужчинами и женщинами, которые преобразуют бизнес, общество и жизнь, вводя инновации по методу Стива Джобса.

* Роберт Кийосаки, «Нам необходимы две системы школьного образования», USA Today, форум, раздел 1, февраль 2010.

Ко всему прочему изучение инноваций поможет сберечь остроту ума. Ученые обнаружили, что в старости наши знания никуда не исчезают, а просто теряются в бездне наших нейронов. По мере старения мозг лучше охватывает картину целиком, поэтому важно сохранить связи между нейронами. Эксперты утверждают, что лучший способ «прокачать» синопсы — открыть себя новым людям и идеям, которые бросают вызов нашему привычному образу мышления. Может быть, девятнадцатилетний Стив Джобс правильно сделал, когда покинул зеленые окраины Калифорнии и отправился в путешествие по Индии со своим другом Дэниелом Коттке. Путешествие заставило Джобса подвергнуть сомнению многие иллюзии, которые у него были в отношении экзотической страны: «Это был один из первых моментов, когда я начал думать, что, возможно, Томас Эдисон сделал для мира намного больше, чем Карл Маркс и Ним Кароли Баба*, вместе взятые»**.

Не найдя во время путешествия духовного просветления, Джобс вернулся в родительский дом в Лос-Альтосе, полный решимости проложить свой собственный путь. В следующие тридцать лет путь Джобса привел его к ошеломительным взлетам и впечатляющим падениям — как в личной, так и в профессиональной жизни. Он испытал успех, провал и возрождение. А начиная с 2004 года человек, однажды отправившийся в Индию искать ответы на наиболее сложные жизненные вопросы, нашел исключительную мудрость, выжив после не одного, а двух опасных для жизни заболеваний. «Понимание того, что я скоро умру, — это самый важный инструмент, которым я когда-либо пользовался. Он помог мне сделать главный выбор в жизни», — сказал Джобс***.

Если, как полагает Томас Фридман, Америке нужно больше таких руководителей, как Стив Джобс, тогда, чтобы найти направление, мы должны внимательно на него посмотреть. Джобс чрезвычайно закрыт, но на своем пути он оставил много ключей к ошеломительному успеху. Все, что вам надо делать, — это смотреть.

* Известный в Америке индуистский гуру. *Прим. ред.*

** Майкл Мориц, «Return to the Little Kingdom» («Маленькое королевство»). *Прим. перев.*, Нью-Йорк: The Overlook Press, 2009, 106.

*** Стэнфордский университет, «Вы должны найти то, что любите», — говорит Джобс», Stanford Report, 14 июня 2005, <http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs06150.html?view=print> (по состоянию на 22 января 2010).

ГЛАВА 1

Что бы сделал Стив?

Инновация отличает лидера от последователя.

Стив Джобс

Инновация — это «секретный соус» корпорации Apple, но ее сооснователь и CEO* Стивен Джобс не верит в системы для создания инноваций. Служащие Apple не посещают семинары, чтобы упражнять свои «новаторские мускулы». Вы не найдете конструкторов LEGO, разбросанных по кампусу Apple для пробуждения духа новаторства, как не увидите служащих, играющих в «охоту на мусор»**, в то время как консультант по инновациям руководит этой неестественной деятельностью для сплочения коллектива. Стив Джобс презирает банальные упражнения. «Нам не надо думать — лучше подучимся на курсах! Вот пять правил новаторства, давайте развесим их по всей компании!» — сказал однажды Джобс Робу Уолкеру для New York Times. В течение всего интервью Уолкер намекал Джобсу, что многие люди действительно пытаются разработать систему — или методы — для создания инноваций. «Конечно, они пытаются, — сказал Джобс. — Это похоже на то, как кто-то совсем не крутой по натуре пытается выглядеть крутым. На это больно смотреть. Это все равно что наблюдать за Майклом Деллом***, когда он пытается танцевать. Мучительно...»****

* С 17 января 2011 года Стив Джобс находится в отпуске по болезни. Его обязанности исполняет бывший исполнительный директор компании Тим Кук. *Прим. ред.*

** «Охота на мусор» — игра, участники которой должны найти и собрать за ограниченное количество времени определенные предметы. *Прим. перев.*

*** Майкл Делл — основатель и руководитель компании Dell. *Прим. перев.*

**** Роб Уокер, «Внутренности новой машины», New York Times Magazine, 30 ноября 2003, nytimes.com/2003/11/30/magazine/30IPOD.html?pagewanted=all (по состоянию на 23 мая 2010).

Это книга о новаторстве без боли. Она не предназначена для создания жесткого, пошагового метода новаторства, так как это последнее, что посоветовал бы Стив Джобс. Она предназначена для раскрытия основных принципов, которыми он руководствовался для достижения своего ошеломительного успеха, принципов, которые могут зажечь ваше воображение, увеличить вашу креативность, помочь развить свежие идеи для роста бизнеса и карьеры и вдохновить вас изменить мир.

Когда какая-нибудь организация посылает своих руководителей вниз по реке на плоту, чтобы научить их работе в команде, или заставляет их складывать самолетики из цветной бумаги, чтобы научить творчеству, что-то во всем этом есть.*

Кертис Карлсон и Уильям Уилмот, «Инновации»

Хотя принципы основаны на модели легендарной технологической иконы, Стива Джобса, инновации относятся не только к технологии; речь идет о создании новых идей для решения проблем. Знаменитый французский дизайнер Филипп Старк, фанат Джобса (кстати, Джобс — фанат Старка), однажды сказал, что хороший продукт — тот, который делает вашу жизнь лучше. Старк «демократизировал» дизайн тем, что помимо великолепного оформления гостиничных интерьеров по всему миру он наполнил необычным стилем, элегантностью и простотой массу обычных вещей, включая напольные весы, радионяни и десятки других повседневных товаров. Если мы воспользуемся определением Старка для слова «хороший», то Стив Джобс создавал хороший — очень хороший — продукт больше тридцати лет. Тот же дух, что движет Старком, вдохновляет Джобса, который делает существующие продукты (компьютеры, MP3-плееры и смартфоны) более доступными, привлекательными и приятными в использовании. Если идеи этой книги вдохновят вас на создание нового превосходного приспособления — чудесно, но в более широком смысле эти принципы дадут основу и идеи, которые подстегнут ваш бизнес и карьеру и продвинут вас дальше, чем вы когда-либо считали возможным.

Опыт Стива Джобса

Откуда мы знаем, что сказал Стив Джобс? В конце концов, Джобс — один из наиболее закрытых руководителей на планете. Он редко появляется на публике, большинство сотрудников Apple никогда не встречались с ним лично, он избегает любых контактов со СМИ и создал такую систему

* Кертис Карлсон и Уильям Уилмот, «Innovation» («Инновации». Прим. перев.), Нью-Йорк: Crown Business, 2006, 13.

охраны в штаб-квартире Apple, что при попытке проникнуть туда может показаться, будто вы пересекаете демилитаризованную зону в Северной Корее. Однако Джобсу всегда было что сказать — начиная со средней школы, когда он встретил Стива Возняка и начал создание компьютеров в гостевой спальне родительского дома. (Вопреки сложившемуся мнению, Apple зародилась в спальне, прежде чем перебраться на кухню и, наконец, в гараж, где и родилась легенда.)

Хотя для претворения идей Стива Джобса в реальность нужны тысячи работников, в сущности, опыт Apple — это действительно опыт Стива Джобса. Мало кто ассоциируется с инновацией сильнее, чем Джобс. Google по запросу «Стив Джобс + инновация» выдает более 2 миллионов 700 тысяч ссылок. Такой же запрос с именем «Уолт Дисней» выдает 1,5 миллиона ссылок, а с именем «Генри Форд» — только около миллиона ссылок. Я думаю, что люди, которые вбивают в строку поиска подобный запрос, ищут нечто большее, чем просто биографию, — они ищут вдохновение.

«Правила Джобса» — это не биография Стива Джобса. Вместо этого книга пытается раскрыть принципы, которые привели Стива Джобса к созданию безграничных идей, действительно изменивших мир, — принципы, которые вы можете применить сегодня, чтобы раскрыть свой потенциал. Рассматривайте их как действующее руководство к прорывному успеху в бизнесе и жизни. Эти принципы получены путем тщательного изучения как слов самого Джобса, произнесенных за тридцать лет, так и озарений бывших сотрудников Apple, экспертов, работающих в компании десятилетиями, и деловых лидеров, предпринимателей, преподавателей и владельцев малого бизнеса, которые вдохновились, задав себе простой вопрос: *«Что бы сделал Стив?»*

Большой герой

Ведущий колонки в New York Times, экономист и нобелевский лауреат Пол Кругман назвал последнее десятилетие «большим нулем», потому что за этот период, по его мнению, «не произошло ничего хорошего»*. Но кое-что хорошее все же произошло. Из пепла «большого нуля» восстал большой герой — Стив Джобс. Журнал Fortune отметил Джобса за то, что он бросил вызов экономическому кризису, ускользнул из лап смерти и изменил мир. За десять лет, которые стали свидетелями двух экономических спадов, финансовых скандалов, банковского кризиса, резких падений акций, Джобс вносил в список своих побед одну победу за другой. Он воскресил Apple

* Пол Кругман, «Большой ноль», New York Times, 27 декабря 2009, nytimes.com/2009/12/28/opinion/28krugman.html (по состоянию на 23 мая 2010).

(компания была на грани банкротства, когда Джобс вернулся в 1996 году) и радикально обновил компьютерную, музыкальную, кинематографическую и телекоммуникационную индустрию. Сделать одно великое дело за свою карьеру — это редкое достижение, но, как отмечает Fortune, сделать четыре — это неслыханная редкость. Fortune доказывает, что влияние Джобса на всеобщую культуру невозможно недооценить: «Каждый день какой-нибудь студент, предприниматель, дизайнер или руководитель смотрит на проблему и спрашивает себя: “Что бы сделал Стив Джобс?”».*

2000-е были целиком наполнены успехами Джобса. Квартал за кварталом Apple устанавливала рекорды по доходам и прибылям, когда продажи компьютеров Mac, плееров iPod и смартфонов iPhone взлетали до небес. К январю 2010 года корпорация Apple продала 250 миллионов iPod, завладев более 70 процентами MP3-рынка и изменив сам способ поиска и приобретения музыки. Компания увеличила свои доли на рынке компьютерной техники на 10 процентов, несмотря на то что средняя отпускная цена ее продуктов намного превышает цены других производителей. Число собственных магазинов Apple выросло до 280 и привлекает 50 миллионов посетителей только за квартал. За каких-то полтора года с момента открытия AppStore** (оно произошло 10 июля 2008 года) пользователями было скачано три миллиарда приложений для смартфонов iPhone и плееров iPod Touch. Apple, основанная 1 апреля 1976 года, выросла в 50-миллиардную корпорацию. «Я предпочитаю забыть об этом, потому что мы воспринимаем Apple иначе, — сказал Стив Джобс 27 января 2010 года. — Но все это действительно удивительно». С момента возвращения в Apple в 1996 году Стив Джобс заработал 150 миллиардов долларов акционерного капитала и изменил такие сферы, как кино, телекоммуникация, музыка, розничная торговля, издательство и дизайн. Если вы ищете кого-то в качестве примера, то будет правильно спросить себя: «Что бы сделал Стив Джобс?»

Уолл-стрит ценит Стива Джобса за возвращение Apple финансового здоровья. В январе 2010 года Harvard Business Review назвал Стива Джобса лучшим CEO мира за «колоссальную прибыль в 3,188 процента (34 процента годовых), полученную после того, как он вернулся в Apple***. На момент написания книги рыночная капитализация Apple была

* Адам Лашински, «Почему он?», Fortune, 23 ноября 2009, 90.

** AppStore — это онлайн-магазин (другими словами — онлайн-сервис) от Apple, точнее — отдел онлайн-ового супермаркета iTunes Store, в котором владельцы мобильных телефонов iPhone и плееров iPod Touch могут покупать различные приложения. *Прим. перев.*

*** Мортен Хэнсен, Эрминия Ибарра и Урс Пейер, «Лучшие CEO мира», Harvard Business Review, январь-февраль 2010, <http://hbr.org/2010/01/the-best-performing-ceos-in-the-world/ag/1> (по состоянию на 23 мая 2010).

больше, чем у Dell и HP, вместе взятых. Редактор TechCrunch* Майкл Эррингтон, однако, предпочитает фокусировать внимание на том, что Apple значит для мира за пределами Уолл-стрит. Мир, по его словам, выглядел бы совсем иначе, если бы Джобс не вернулся.

Мир без Стива Джобса

Джобс возглавил развитие, пожалуй, самых модных продуктов на планете: настольных компьютеров iMac, ноутбуков MacBook, смартфонов iPhone, плееров iPod, а в последнее время — планшетов iPad. «Но аппаратное обеспечение — это даже не начало того, что сделала корпорация Apple за последние двенадцать лет, — пишет Эррингтон. — Она ускорила процесс изменений в музыкальной, кино- и телевизионной индустрии, а также изменила мобильный телефон». Эррингтон считает, что, если бы Джобс не вернулся, вряд ли другой CEO смог бы проникнуть на уже насыщенный МРЗ-рынок с iPod. Он сомневается, смог бы кто-нибудь другой запустить iPhone или iPad. Даже если у вас нет этих продуктов, ваш мир, как утверждает Эррингтон, выглядел бы совсем по-другому, если бы в него не вошел Стив Джобс: «Мы, вероятно, еще пребывали бы в мобильном аду. Велики шансы, что мы до сих пор не нашли бы подходящего браузера для мобильного телефона. И, конечно, мы бы не насладились и третьей частью таких приложений, как Pandora или Skype, каким бы хламом нам ни пришлось пользоваться. Стив Джобс был также тем человеком, который практически самостоятельно подорвал всю музыкальную индустрию. И удивительно, как много ноутбуков и настольных компьютеров имитируют сегодня внешний вид MacBook и iMac. Без Стива Джобса мир был бы куда менее красочным местом. Этот человек — живая легенда и заслуживает своего места в истории»**.

Влияние Apple стало со всей очевидностью заметно на всем выставочном этапе Всемирного мобильного конгресса в Барселоне в феврале 2010 года, хотя Apple даже не была экспонентом. Все соперники, такие как Samsung, Nokia, LG и Research in Motion***, представили устройства с сенсорными экранами и магазинами приложений — две инновации, популяризированные благодаря смартфону iPhone.

* Известный блог, посвященный высокотехнологичным стартапам. Объединен с несколькими ресурсами схожей тематики в TechCrunch Network. *Прим. ред.*

** Майкл Эррингтон, «Что если бы Стив Джобс не вернулся в Apple в 1997 году?», TechCrunch, 26 ноября 2009, <http://techcrunch.com/2009/11/26/steve-jobs-apple-1997> (по состоянию на 23 мая 2010).

*** Производитель смартфонов Blackberry. *Прим. ред.*

Инновации Apple затрагивают вашу жизнь каждый день. Возможно, у вас никогда не было компьютера Mac, но вы устанавливаете на компьютер новую операционную систему Windows 7. Один из менеджеров Microsoft удостоился изрядной порции критики, после того как сообщил, что на создание Windows 7 компанию вдохновила операционная система Apple Mac OS X. Microsoft упростила код, чтобы упростить и систему и сделать ее более эффективной и стабильной, — очень похоже на то, что обычно делает Apple. Вдобавок менеджер рассказал, что Microsoft также хочет, чтобы впечатление от использования операционной системы было таким же, как при работе на компьютерах Mac. Пользуетесь ли вы компьютером Mac или обычным персональным компьютером, инновации Apple — вокруг вас.

Некоторые полагают, что соревнование с успехом Стива Джобса невозможно для большинства людей. Я не буду утверждать, что эта книга поможет вам заработать миллиарды или изобрести следующий iPod. Такие обещания напоминают ситуацию, когда тренер средней школы заявляет, что сможет научить юного спортсмена забрасывать мячи как Майкл Джордан. Вероятность того, что парень станет следующим Джорданом, очень мала. То есть, бесспорно, его навыки улучшатся, и, может быть, этот юный спортсмен продолжит заниматься баскетболом, став звездой средней школы и колледжа. А если он будет достаточно усердно трудиться, то, возможно, даже подпишет контракт с NBA на миллионы долларов. Он может никогда не оказать того влияния на игру, которое оказал Джордан, но у него будет намного более успешная спортивная карьера, чем та, о которой когда-либо мечтало подавляющее большинство школьных спортсменов.

Кто ваши герои?

Я как-то слышал, что только три процента людей пытаются запланировать желаемую жизнь. Это похоже на правду. Многие люди тратят больше времени на составление списка продуктов, чем на мысли о своем будущем. И все же, возможно, Великая рецессия подействовала как сигнал тревоги, напомнив людям, что им надо взять на себя ответственность за свою жизнь, а не предоставлять контроль над своим будущим другим, побуждения которых могут быть не самыми лучшими.

Молодые люди ищут руководства, и многие из них смотрят на Стива Джобса. В 2009 году организация Junior Achievement* провела

* Junior Achievement — американо-канадская образовательная организация. Предоставляет подросткам возможность обучиться ведению частного бизнеса при помощи экспертов в области промышленности и коммерции. *Прим. перев.*

исследование, в котором тысяче подростков в возрасте от двенадцати до семнадцати лет было предложено составить список предпринимателей, которыми они сильнее всего восхищаются. Стив Джобс оказался на первом месте, получив 35 процентов голосов. Телеведущая Опра Уинфри, скейтбордист Тони Хоук, сестры Олсен* и основатель Facebook Марк Цукерберг получили меньшее количество голосов. На вопрос, почему они выбрали Джобса, почти две трети опрошенных (61 процент) дали ответы вроде «потому что он добился положительных сдвигов», «он улучшил жизнь людей» или «он сделал мир лучше»**. Только четыре процента в качестве причины своего выбора упомянули состояние или славу Джобса. Это наводит на мысль, что подростки более альтруистичны, чем полагают взрослые. То, что изменяет мир к лучшему, похоже, изменяет к лучшему и американских подростков.

«Вы можете многое сказать о человеке, глядя на его героев», — сказал Джобс, объясняя известную телевизионную рекламу «Думай иначе», в которой были показаны такие знаменитые новаторы — и герои Джобса, — как Альберт Эйнштейн, Боб Дилан, Махатма Ганди и Амалия Эрхарт***. Рекламная кампания началась 28 сентября 1997 года, менее чем через год после внезапного возвращения Джобса после одиннадцатилетнего отсутствия. Репутация бренда Apple была запятнана, и основной задачей Джобса стало возрождение образа Apple. После одобрения рекламной кампании Джобс не был пассивным наблюдателем. Он погружался в каждый аспект кампании, в каждую мелочь, лично проверяя художественные заготовки. Джобс также играл важную роль в получении разрешений от известных людей: например, он сам звонил и разговаривал по телефону с Йоко Оно и с наследниками Альберта Эйнштейна.

Актер Ричард Дрейфус читал закадровый текст рекламы, в то время как на экране появлялись черно-белые изображения философов, ученых и бунтарей. Легко понять, почему Джобс взял на себя такую ответственную роль в проекте: не потому, что он думал, будто одна только эта рекламная кампания сможет улучшить состояние Apple, но потому, что во многих отношениях Дрейфус описывал именно его: «Это сумасшедшие... которые видят вещи иначе... они изменяют вещи. Они изобретают. Они придумывают. Они исследуют. Они творят. Они вдохновляют.

* Мэри-Кейт Олсен и Эшли Фуллер Олсен — американские актрисы, сестры-близнецы. *Прим. перев.*

** Исследование Junior Achievement, «Стив Джобс — больше чем Опра!», 13 октября 2009, ja.org/files/polls/Teens-Entrepreneurship-Part-2.pdf (по состоянию на 23 мая 2010).

*** Питер Беппоуз, «Семя инноваций Apple», BusinessWeek, 12 октября 2004, businessweek.com/bwdaily/dnflash/oct2004/nf20041012_4018_db083.htm (по состоянию на 23 мая 2010).

Они двигают человечество вперед»*. Кампания значила для Джобса так много, потому что он творил свое наследие и, как и великие новаторы до него, двигал человечество вперед.

Гарвардский профессор Нэнси Коэн ставит Джобса в одну категорию с другими главными предпринимателями прошедших двух столетий, такими мужчинами и женщинами, как Джозайя Веджвуд, Джон Рокфеллер, Эндрю Карнеги, Генри Форд и Эсте Лаудер. Все они обладают некоторыми общими чертами: целеустремленностью, неослабевающей любознательностью и богатым воображением. «Совершеннолетие Джобса пришлось на время значимых экономических, социальных и технологических перемен, которые мы теперь называем информационной революцией, — пишет Коэн. — Веджвуд, британский производитель фарфора XVIII века, создавший первый настоящий потребительский бренд, вырос во время индустриальной революции, еще одного периода глубоких изменений. А Рокфеллер заложил основы современной нефтяной промышленности в 1870-х и 1880-х, когда железная дорога и появление серийного производства изменили общество США — из аграрного оно стало индустриальным»**. Коэн утверждает, что в период значительных преобразований многое становится доступным. Такие новаторы, как Джобс, Рокфеллер и другие, умеют воспользоваться моментами разрушения.

Революция в воздухе

Разрушение явно витало в воздухе колониальной Америки в 1776 году, когда пятьдесят шесть человек из числа самых передовых лидеров своего времени поставили подписи под документом, которому было суждено разжечь революцию в Америке, а потом и во многих других частях земного шара. Декларация независимости вручила власть в стране в руки масс. Когда США праздновали свое двухсотлетие, два человека — Стив Джобс и Стив Возняк — поставили свои подписи под учредительным документом, который стал отправной точкой новой революции, дав компьютерную мощь в руки обычных людей. Так же как Томас Джефферсон утверждал право революции — идею, что у людей есть права и что, если правительство нарушает эти права и условия становятся невыносимыми, люди обязаны изменить и упразднить такое правительство, — Джобс и Возняк сами взяли на себя обязанность изменить систему, которая во

* YouTube, «Apple — сумасшедшие», youtube.com/watch?v=XUfH-BEBMoY (по состоянию на 23 мая 2010).

** Нэнси Коэн, «Его наследие», *Fortune*, 23 ноября 2009, 110.

многих отношениях стала невыносимой. Компьютеры были дорогостоящими, трудными в сборке и доступными лишь элите и любителям. Джобс и Возняк разделили общую идею — создать компьютер, который мог бы приобрести и использовать каждый. «Когда мы основали Apple, мы действительно собрали первый компьютер, потому что он был нам нужен, — сказал Джобс. — Затем мы придумали этот сумасшедший новый компьютер с цветной графикой и кучей других вещей, названный Apple II. Мы были полны энтузиазма и решимости сделать одну простую вещь: дать множество компьютеров нашим друзьям, чтобы они могли получить от них столько же удовольствия, сколько и мы»*.

Хотя первым персональным компьютером был Altair 8800, журнал Time связывает Apple II с началом компьютерной революции. Так же как и в случае революции за независимость, не все были уверены, что компьютерная революция приведет общество к лучшему. В 1970-х некоторые эксперты, указывая на высокую стандартную стоимость первых компьютеров, предполагали, что компьютеры увеличат различия между имущими и неимущими. Другие выражали опасения, что люди потеряют способность думать над проблемами или станут более изолированными от общества. Конечно, можно написать тома о положительном воздействии, которое компьютеры оказывают на человечество, ежедневно затрагивая нашу жизнь и улучшая ее качество. Можно утверждать, что силы, стоящие за компьютерной революцией, привели бы к демократизации технологии и без Джобса и Возняка, но было бы трудно опровергнуть утверждение, что Джобс значительно ускорил этот процесс. Чтобы начать революцию, нужна вера: вера в собственные умения и вера, что твоя идея действительно продвинет общество вперед.

Семь принципов, которые движут Стивом Джобсом

Я полагаю, что можно повторить опыт Стива Джобса в своем бизнесе, карьере и жизни, если понять семь принципов, которые им движут. Те же принципы действуют в жизни других успешных индивидуумов и организаций. На следующих страницах вы узнаете, как самый известный в мире суши-повар Нобуюки Матсухиса использовал те же принципы в своих отмеченных наградами рецептах, что и Стив Джобс в своих отмеченных наградами творениях. Вы найдете один и тот же принцип

* Майкл Мориц, «Return to the Little Kingdom» («Маленькое королевство». Прим. перев.), Нью-Йорк: The Overlook Press, 2009, 293.

новаторства, который вдохновил Джобса на создание Мас, а Рейчел Рэй — на изобретение еды за тридцать минут. Вы узнаете, как Джон Кеннеди применил секрет новаторства, чтобы осуществить полет человека на Луну, и как тот же принцип послужил источником вдохновения для создания компьютера Мас. Вы встретитесь с группой мам-домохозяек, применивших тот же принцип, которым Джобс вдохновляет свою команду, для восстановления разрушенной соседской школы, и услышите истории бывших сотрудников Apple, которые основали свои собственные компании, воспользовавшись успешными принципами, усвоенными у своего бывшего начальника.

Я как-то слышал историю об одной бабушке, пытавшейся придумать, что подарить своим внукам на Рождество. Она хотела дать им что-то, что продемонстрирует ее любовь и будет поддерживать их еще долго после того, как она уйдет. Она купила четыре зеленых яблока и завернула каждое в подарочную упаковку — по одному для каждого внука. Дети открыли подарки и обнаружили яблоки и записки. В записке выяснялось, что, как и в настоящем яблоке, в каждом внуке, в его или ее сердце, есть семена величия и что новый компьютер Apple поможет ему или ей овладеть настоящим богатством. Бабушка умерла, но дети сохранили сопроводительные записки, отнесясь к подарку бабушки как к «опыту Apple»*. Вне зависимости от того, владеете вы каким-либо продуктом Apple или нет, вы можете извлечь пользу из подарка, который Стив Джобс дал миру, — секреты инновации. Многие деловые лидеры, предприниматели и бывшие сотрудники Apple обнаружили эти секреты и применили их для достижения прорывного успеха. Хорошо спросить себя: что бы сделал Стив? — но вы не сможете получить хороший ответ без предварительного понимания семи принципов, которыми характеризуется его подход к бизнесу и жизни.

Семь принципов, представленные в этой книге, заставят вас думать иначе о своей карьере, компании, клиентах и продуктах. Они будут описаны в следующем порядке.

- **Принцип 1: «Делайте то, что любите».** Стив Джобс всю свою жизнь следовал голосу сердца, и это, по его словам, существенно все изменило.
- **Принцип 2: «Оставьте след во Вселенной».** Джобс привлекает людей со схожим образом мышления, которые разделяют его идеи и помогают превратить их в инновации, изменяющие мир. Страсть

* Ли Брауэр и Джей Петерсон, «Money Talks, Meaning Whispers» («Деньги говорят, смысл шепчет»). *Прим. перев.*, Motivated, весна 2010, 65.

наполняет топливом ракету Apple, а замыслы Джобса дают направление.

- **Принцип 3: «Встряхните ваше сознание».** Инновации не существуют без творчества, и для Стива Джобса творчество — это процесс объединения вещей. Джобс считает, что широкий набор впечатлений расширяет наше понимание человеческого опыта.
- **Принцип 4: «Продавайте мечты, а не продукты».** Для Джобса люди, покупающие продукты Apple, — не потребители. Это люди с мечтами, надеждами и амбициями. Джобс создает продукты, чтобы помочь людям воплотить свои мечты.
- **Принцип 5: «Скажите “нет” тысяче вещей».** Согласно Джобсу, простота — это самое сложное. Начиная с дизайна плеера iPod и заканчивая интерфейсом смартфона iPhone, начиная с упаковки продуктов Apple и заканчивая функциональностью сайта Apple, инновации означают отказ от всего лишнего, чтобы нужное могло говорить.
- **Принцип 6: «Создайте безумно великий опыт».** Джобс сделал сеть розничных магазинов Apple Store золотым стандартом работы с покупателями. Apple Store стали лучшими в мире магазинами розничной торговли благодаря введению простых инноваций, перенять которые может любое предприятие, чтобы создать глубокие, продолжительные эмоциональные связи со своими клиентами.
- **Принцип 7: «Овладейте посланием».** Джобс — самый выдающийся корпоративный рассказчик в мире, который превращает презентацию продуктов в настоящее шоу. У вас могут быть самые инновационные идеи в мире, но если вы не можете взволновать ими людей, ваши достижения не имеют значения.

Вы увидите, что каждому из семи принципов посвящены две главы. В первой главе рассказывается, как этот принцип помог успешным инновациям Джобса, а во второй — как он дал возможность другим людям иначе взглянуть на свою личную и профессиональную жизнь и эффективно ввести новшество. В этих вспомогательных главах известные бренды и отдельные люди заставят вас подумать иначе о следующих аспектах вашей жизни:

- карьера (**принцип 1: «Делайте то, что любите»**);
- замысел (**принцип 2: «Оставьте след во Вселенной»**);

- мысли (**принцип 3**: «Встряхните ваше сознание»);
- клиенты (**принцип 4**: «Продавайте мечты, а не продукты»);
- дизайн (**принцип 5**: «Скажите “нет” тысяче вещей»);
- опыт (**принцип 6**: «Создайте безумно великий опыт»);
- история (**принцип 7**: «Овладейте посланием»).

Эти семь абсолютно разных принципов прорывного успеха срабатывают, только если, несмотря на свою должность или выполняемые функции, вы видите себя в качестве бренда. Являетесь ли вы предпринимателем, работающим в гостевой спальне, или обладающим двадцатилетним стажем ветераном производства, на котором происходят фундаментальные изменения, или выпускником колледжа, проходящим собеседование перед приемом на свою первую работу, или владельцем небольшого бизнеса, который ищет идеи для улучшения своего предприятия, вы представляете самый важный бренд из всех — себя. То, как вы говорите, ходите и действуете, отражается на этом бренде. Но самое главное, что вы *думаете* о том наибольшем влиянии, которое вы и ваше дело окажут на создание новых идей, способных расширить и упрочить ваш бизнес и улучшить жизнь ваших клиентов.

Стив Джобс — CEO двух легендарных брендов: Apple и Pixar. Но это Стив Джобс сегодня. А тридцать пять лет назад он собирал компьютеры в родительском доме. Никто не видел Джобса в качестве бренда в 1976-м, кроме него самого. Даже в возрасте двадцати одного года, когда Джобс и его друг Стив Возняк собирали печатные платы в спальне, на кухне и в гараже дома, принадлежащего Полу и Кларе Джобс, юный Стив видел себя брендом. Джобс создал корпоративный адрес, арендуя почтовый ящик в Пало-Альто*. Он даже нанял секретарей-телефонисток, чтобы покупатели и продавцы думали, что он владелец серьезного бизнеса, а не молодой парень, конкурирующий со своей мамой за доступ к кухонному столу. Он хотел казаться более значительным, чем он был в действительности, потому что в его представлении он уже был таким**.

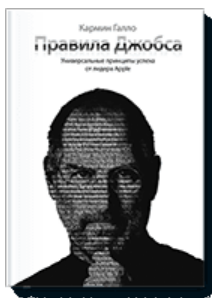
Согласно цитате Микеланджело, «самая большая опасность для всех нас заключается не в том, чтобы установить свою цель слишком высоко

* Пало-Альто — город на западе штата Калифорния. Расположен на севере Кремниевой долины; здесь находятся правления крупных компаний по производству компьютеров и программного обеспечения. Считается одним из наиболее уважаемых городов штата. *Прим. перев.*

** Майкл Мориц, «Return to the Little Kingdom» («Маленькое королевство». *Прим. перев.*), Нью-Йорк: The Overlook Press, 2009, 153.

и не достичь ее, а в том, чтобы установить ее слишком низко и достичь своей отметки». Микеланджело, как и Джобс, мог видеть вещи, которые не видели другие. Глядя на кусок мрамора, Микеланджело видел Давида; глядя на компьютер, Стив Джобс видел инструмент к высвобождению человеческого потенциала.

Какой потенциал вы видите в себе? Представьте, как вы могли бы улучшить свой бизнес и каких высот вы сумели бы достичь в своей карьере, если бы Стив Джобс руководил вашими решениями. *Что бы сделал Стив?* Давайте узнаем.



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

