

Эта книга принадлежит

---

Контакты владельца

---

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

Эту книгу хорошо дополняют:

Фанки идеи  
*Альф Рен*

Жизнь на полной мощности!  
*Джим Лоэр, Тони Шварц*

Цельная жизнь  
*Лес Хьюитт, Джек Кэнфилд,  
Марк Виктор Хансен*

Незаменимый  
*Сет Годин*

Муза и Чудовище  
*Яна Франк*

Призвание  
*Кен Робинсон*

Tom Peters

# The Brand You 50

Or : Fifty Ways to Transform Yourself  
from an 'Employee' into a Brand  
That Shouts Distinction, Commitment,  
and Passion!

Alfred A. Knopf, Inc.  
New York 2001

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

Том Питерс

# Преврати себя в бренд!

50 верных способов  
перестать быть посредственностью

Перевод с английского Сергея Филина

2-е издание

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»  
Москва, 2013

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

УДК 331.103.244  
ББК (У)65.290-2  
П35

### **Питерс Т.**

П35 Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью / Том Питерс ; пер. с англ. Сергея Филина. — 2-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с.

ISBN 978-5-91657-555-2

Сегодня недостаточно просто делать хорошо свое дело. Важно уметь рассказать об этом потенциальным клиентам.

Том Питерс — мастер. Его имя — глобальный бренд в менеджменте. За созданием бренда стоит технология. В этой книге предложены 50 советов о том, как превратить ваше имя в бренд. Прочтите ее, используйте подходящие советы и вы сможете привлечь правильных клиентов, подняв при этом ваши ставки.

УДК 331.103.244  
ББК (У)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**

ISBN 978-5-91657-555-2

© Excel/A California Partnership, 1999  
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012

# Оглавление

Список-50: кредо.....	15
0. Никакая глава (читать обязательно, она короткая!).....	17
Введение .....	19
1. Зависит от тебя... и только от тебя .....	27
1а. Когда в последний раз вы спрашивали себя: «Кем я хочу быть?» .....	32
2. Деваться некуда! Вот она наконец наступила — Революция«белых воротничков»! .....	36
3. Мой ответ (лучший... нет, единственный (???) из возможных) на Революцию «белых воротничков»: стать Я-брендом .....	40
3а. Ни фиги себе, да?! Хвала Я-бренду. А если бы у каждого была «рыночная капитализация»? .....	46
4. Начните прямо сейчас: используйте какие-то из этих четырёх — очень практических! — средств оценки Я-бренда ....	49
4а. Нам нужен «скриншот» себя .....	55
5. Забудьте слово «работа». Забудьте слово «задача» .....	59
5а. Всем сердцем посвятите свою жизнь проектам .....	62
6. Упакуйте себя. Аксиома: вы (и я!) — это упаковка! .....	64
7. Я-компания .....	67
8. Я-бренд / Я-компания: к вопросу о вашей стоимости .....	70
9. Я-бренд / Я-компания требуют обширного набора характеристик и навыков .....	72

9а. Готовьте много места для шляп! У настоящего Я-бренда их должно быть много .....	75
10. Готовы сыграть в великую игру — в бизнес? .....	79
11. Четко скажите миру о том, кто вы .....	83
12. Подумайте о названии своей должности! .....	86
13. Вы — то, что вы делаете .....	89
14. Сообщение для будущих Я-брендов: реализуйте свои идеи так, как это принято делать в реальном мире .....	92
15. Превратите паршивые «мелкие дела» в «жемчужины». Вступайте в ряды Добровольцев мелких дел (ДМД) .....	95
15а. Работайте с тем, что у вас есть! (Черт побери!) И сделайте его особенным. (Черт побери!) .....	98
16. Мастер бутстрэппинга .....	102
17. Суть Я-бренда: портфель блестящих ВАУ-проектов .....	104
17а. Вы сами наделяете свои проекты ВАУ-потенциалом .....	107
18. Фокус .....	110
19. Вы — это ваши клиенты, часть I. Думайте о клиентах .....	114
20. Вы — это ваши клиенты, часть II. Будьте одержимыми клиентами .....	117
21. Компетентность. Вы (и я!) должны быть хорошим специалистом в чем-либо .....	120
22. Вы — это ваша адресная книга, часть I. Извлекайте чертовски большую пользу из своего круга знакомств / сети контактов! .....	123
22а. Лояльность. Новая лояльность. Лояльность не логотипу, а адресной книге. Лояльность сети контактов. Лояльность кругу знакомств. Лояльность семье и родственникам .....	127
23. Вы — это ваша адресная книга, часть II. Широта ваших взглядов, мудрость и готовность к неожиданностям определяется вашей коллекцией чудачков! .....	129

24. Дизайн имеет значение! Хорошая мысль: вы (как Я-бренд) — дизайнер. И точка .....	132
25. Станьте мастером «расширения линейки» .....	135
26. Вы — это ваши «великие идеи» .....	138
27. Управление Я-компанией в бурных водах изменений требует дерзости. Каждый день .....	140
28. Артисты, на выход! .....	142
29. На-чаль-ни-ки: Я-бренды должны быть вам по вкусу! .....	146
30. Индивидуальность! .....	148
31. Помните: бренд — это «знак доверия» .....	151
32. Постоянно помните о своих визитках! Все начинается с начала .....	154
33. Создайте сайт, который вызывает ВАУ-чувство! И точка .....	157
34. Вступите в сообщество ораторов. Вы сами себе PR-агентство .....	161
35. Не хотите ли поучиться оптимизму? Пессимисты редко становятся успешными Я-брендами — может, и никогда .....	167
36. Обновляйтесь! Обновляйтесь! Обновляйтесь! .....	170
37. Вкладывайте в себя. Необходимо иметь формальный план инвестиций в обновление (ПИВО)! .....	174
38. Возбуждайте аппетит. Еще и еще. И еще .....	177
38a. Любовь к плато .....	186
39. Я-компаниям нужен сильный совет директоров .....	188
40. Я-бренду / Я-компаниям нужен прямой контакт с исполнителями .....	191
41. Постоянно ищите таланты. Даже если вы в самом низу иерархии .....	194
42. Сделайте нашу/мою/свою организацию — Я-компанию, Я-бренд — особенной с самого начала! .....	197
43. Я-бренды лидируют! На всех этапах! .....	199
44. Станьте «помешанным на власти» .....	203



45. Формальный план маркетинга: продвижение при помощи «сарафанного радио» .....	206
45а. Пожа-а-алуйста, спросите себя: а у меня правда есть «продукт»? .....	208
46. Глобальные возможности одного человека — не оксюморон в новом тысячелетии .....	211
47. Продавайте! .....	213
48. А вы владеете методами завершения переговоров? Я-брендам приходится «напрашиваться» на бизнес .....	215
49. Я-бренды не отличаются лояльностью! (К конкретному корпоративному логотипу) .....	217
50. Добро пожаловать в страну свободных агентов .....	219
Рекомендуемая литература .....	222
Благодарности .....	225
Об авторе .....	227

*Посвящается Эм-Джею, Опре и Марте\*, ставшим первыми современными Я-брендами*

---

\* Если вы вдруг «не врубились» (а таких — один на миллион), так это Майкл Джордан, Опра Уинфри и Марта Стюарт (Я-брендам не нужны фамилии).

*Основной единицей новой экономики стала не корпорация, а индивид. Теперь задачи не распределяются и не контролируются в рамках стабильной «вертикали власти», как прежде, но скорее выполняются в автономном режиме независимыми подрядчиками. Эти вооруженные электронными средствами связи фрилансеры — е-лансеры — объединяются в гибкие временные сети для производства и продажи товаров и услуг. Когда работа завершается, сеть распадается, а ее участники вновь становятся «свободными агентами» в поисках следующего проекта.*

Томас Малоун и Роберт Лаубахер,  
«Заря экономики е-ланса», Harvard Business Review

## Список-50: кредо

Эй, вы, офисные рабы! Сорвите галстуки! Сбросьте иго!

РАБОТА БЫВАЕТ КЛЕВОЙ!

РАБОТА БЫВАЕТ ОТЛИЧНОЙ!

РАБОТА БЫВАЕТ ПРИКОЛЬНОЙ!

РАБОТА МОЖЕТ ЧТО-ТО ЗНАЧИТЬ!

ВЫ МОЖЕТЕ ЧТО-ТО ЗНАЧИТЬ!

ДОЛОЙ ОФИСНЫЕ СТЕНЫ!

КОМИКСЫ С ДИЛБЕРТОМ В МУСОРКУ!

ДАЕШЬ РЕВОЛЮЦИЮ «БЕЛЫХ ВОРОТНИЧКОВ»!

90 ПРОЦЕНТОВ НАШИХ РАБОЧИХ МЕСТ В ОПАСНОСТИ!

ПРИМИТЕ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СВОЮ ЖИЗНЬ!

ДОЛОЙ ИЕРАРХИЮ!

ПУСТЬ КАЖДЫЙ ПРОЕКТ БУДЕТ ВАУ-ПРОЕКТОМ!

БУДЬ ЛИЧНОСТЬЮ... ИЛИ УМРИ!

ПРИШЛО НОВОЕ ТЫСЯЧЕЛЕТИЕ: ЕСЛИ НЕ СЕЙЧАС...

ТО К-О-Г-Д-А?

# 0.

## Никакая глава (читать обязательно, она короткая!)

Ладно-ладно, я вас обманул. Это НЕ НИКАКАЯ глава. И даже вовсе НИКАКАЯ НЕ глава. И я — не Том Питерс. Я переводчик, который переписал эту книгу по-русски. И поверьте, это было нелегко. Потому что книга эта — очень особенная. И вы в этом убедитесь через минуту. Но за эту минуту я скажу кое-что важное.

Том Питерс — провокатор и хулиган. Читать его весело, но трудно. Такого вы еще точно не видели. А переводить его еще труднее. Лучше было бы, наверное, вовсе не переводить.

Но Том Питерс — супер-гуру менеджмента. И поэтому его нужно и переводить, и читать. Обязательно.

Плохо только, что в этой книжке изначально было много непонятного. Кто такой Дилберт? Почему Питерс его терпеть не может? Чем ему дороги отцы-основатели?...

На все эти вопросы американские читатели знают ответы. А русские — не всегда. И чтобы уравнивать их в правах, я постарался ответить на них прямо в тексте. Аккуратно. По возможности не портя и не перегружая текст — стремительный, заряженный бешеной энергией Тома.

Думаю, это лучше, чем отвлекаться от чтения на сноски или «Википедию». Насколько хорошо у меня получилось, решать вам.

Заканчивая свою НИКАКУЮ главу, скажу: прочтите эту ЕЩЕ КАКУЮ книгу обязательно! Она снесет вам мозг... а потом, наоборот, расставит всё по местам. Книгу про революцию сознания. Про революцию отношения к работе. Про революцию жизни. Прочтите ее — и дерзайте!

VIVA LA REVOLUTION!

Сергей Филин

# Введение

*В прежние времена вы могли пребывать  
в неизвестности — и в безопасности.  
Теперь это труднее.*

Майкл Голдхабер, Wired

*Не растеряй себя, милый. Ты — все, что у тебя есть.*

Дженис Джоплин

*Примерно два года назад я поняла,  
что я уже не человек, я — бренд.*

Марта Стюарт

1954 год. Окончил университет. (Повезло.) Работа в GE. Или в GM. Или в AT&T. (Почти попался в ловушку — программы ускоренной подготовки менеджеров в департаменте дальней связи AT&T в 1964 году, но Линдон Джонсон начал войнушку — и меня призвали.) Не мути воду. Не шмыгай носом. Отвечай на вопрос «где работаешь?» гордым «в сети Джей-Си Пенни» или «в AT&T». (Название твоего работодателя характеризует тебя... как ч-е-л-о-в-е-к-а.) Шли годы. Дети поступили в колледж. Потом женились. Пошли внуки. 55. Ушел. 65. Вернулся. Проводы Мадлин на пенсию. Сорок два года беспорочной «службы». Верный подданный корпорации. На пенсию. Жизнь в арендованной квартире в «городе пенсионеров».

Вот так как по нотам разыгрывалась жизнь после Второй мировой. Примерно до 1975-го. Потом возникла иностранная конкуренция. (Все началось со сталелитейной и автомобильной

отраслей.) Конец американской гегемонии. И, наконец, компьютер перерос задачу автоматизации расчета дебиторской задолженности.

А потом... ВСЕ, ЧЕРТ ВОЗЬМИ, ПОШЛО ВРАЗНОС. А как еще сказать про 1985 год? «Иностранная конкуренция» превратилась в откровенную глобализацию. «Компьютеризация» породила настольные компьютеры... а потом и компьютерные сети. И добро пожаловать EDI! (Это электронный обмен данными. Wal-Mart: «Мы не оплатим ваш счет, если он представлен в бумажном виде»). А потом...

## Интернет

И вот уже увольняют не работников автомобильной или сельскохозяйственной отраслей, не горняков или сталеваров, а вашего соседа, старожилу IBM с 27-летним стажем и шестизначными суммами годового дохода. (А ведь он только что направил свою Мэгги, старшенькую, в престижный Миддлберийский колледж... с его зигзиглионными счетами за обучение.)

То есть вся эта фигня теперь касается вас лично! Увольнявший работников тысячами Эл Данлэп по кличке Бензопила... И тот красавчик Роберт Аллен из AT&T, который выкинул на улицу больше людей, чем даже Данлэп. И «реинжиниринг» методом «доктора» Майкла Хаммера. (Иезуитски именовавшийся «оптимизация размера». Чего ж удивляться, что мы так симпатизируем откровенному цинизму Дилберта!)

Данлэп — осел! «Оптимизация размера» — омерзительный термин! Но время вспять не повернуть. То, что революция «белых воротничков» наконец началась, — свершившийся факт. И джинна обратно в кувшин не загонишь. Он вырвался на во-



лю — ERP-система, Интернет и т. д. — но это пока лишь предтеча мессии.

Да... Революция «белых воротничков» наконец началась. И — да! — я верю, что девяносто с лишним процентов должностей «белых воротничков» исчезнут или перестанут считаться престижными. В ближайшие десять-пятнадцать лет.

Но... знаете что?

Я думаю, это клеветы клевого. Прикольнее прикольного. Я считаю, что это (потенциально) навсегда освободит нас.

Я НЕ ХОЧУ ВЫХОДИТЬ В ОДНУ И ТУ ЖЕ ДВЕРЬ, ОТПРАВЛЯЯСЬ НА РАБОТУ, С ПОНЕДЕЛЬНИКА ПО ПЯТНИЦУ, В ТЕЧЕНИЕ 41 ГОДА, КАК МОЙ ОТЕЦ. ДУМАЮ, ЕГО ТРУДОВОЙ СТАЖ МОЖНО ЗАСУНУТЬ В ЗАДНИЦУ. (ИЗВИНИ, ПАП.)

Я хорош настолько, насколько хорош мой последний проект. (И точка.) (Как у маляра. И у Гаррисона Форда.) Я расту... или гибну. (Профессионально.) И мне это нравится. И я полагаю, что это очень по-американски. Изобретатель «пробников» Бенджамин Бэббит не понял бы этого. И Дилберт пригвоздил бы меня «мистером Паинькой» или «мистером Розовые Очки». А вот Бенджамин Франклин — наш первый гуру самостоятельности — понял бы. И кто знает, может, Томас Джефферсон из Монтчелло тоже.

Удивительное дело: новая, основанная на мозгах экономика на самом деле стара как мир. Она требует от нас — в стиле барона Мюнхгаузена — выкручиваться самим. Импровизировать.

Ваш выход. Чувствуете свободу? Или страх? Ладно, все верно: если у вас голова на плечах, ответ у нас всех один — и то и другое. Да, это пугает. Но стоит попробовать, а? И, думается мне, это...

## Невероятно клево!

А вот и решение: трансплантация иного отношения! То есть начинаем думать и действовать как Независимый Подрядчик. Даже если в обозримом будущем вы продолжите где-то получать зарплату. Главное, что Независимый Подрядчик полагается только на себя. Зависит только от своих способностей... и постоянного самосовершенствования. В конце концов, у Независимого Подрядчика есть только его собственный список достижений. То есть его Проекты.

Я называю такого Независимого Подрядчика по духу «независимо мыслящей единицей», практически брендом. А именно Я-брендом. Бренд — это условное обозначение. С ним связано некоторое обещание. Нечто надежное. («Пауза, которая освежает».) Нечто суперское. («Просто сделай это».)

Давайте бросим короткий взгляд. Вот как мы с коллегами противопоставляем типу из бизнес-центра «Дилбертландия оптимального размера» Я-бренд из группы «Новый мировой порядок, несущий освобождение»:

### **Я-бренд в своем мире**

Работает над запоминающимися проектами (ВАУ-проектами). (Если это не ВАУ-проект... я сделаю его таким... в лепешку расшибусь!)

Предан своему делу. Склонен быть чертовски умелым хоть в ч-е-м-н-и-б-у-д-ь

Соглашается на проект, потому что он добавит знаний / потому что придется т-я-н-у-т-ь-с-я / потому что позволит потусоваться с клевыми людьми

### **Наемный работник в своем мире**

Делает, что сказано

Прилежно трудится над содержимым корзины «для входящих»

Это сказал мне сделать босс. (И не лезьте ко мне!)

## Я-бренд в своем мире

## Наемный работник в своем мире

«Никогда не ешьте в одиночку» — вот мое заклинание. Связи, связи, связи

«Когда я ем, я глух и нем» — вот мое заклинание

Я — МАНЬЯК АДРЕСНОЙ КНИГИ!

Ненавижу подлиз

Готов взяться за «непрестижную» работу, если могу превратить ее во что-то классное

Не пытайся повесить на меня это дерьмо, брат

Понимаю, что Проекты — Это Я. И точка. (Это не шутка: Я — это мой портфель проектов.)

Я показываю себя. Но не высовываюсь

Любит слова «ВАУ... Красота... Изящно... Революция... Влияние»

Да, блин, отвали ты от меня!

Ж-и-в-у для клиентов!

Делаю свою работу

Сознательно зависает с «психами». (Прикольные люди, от которых можно научиться прикольным штукам.)

Мои друзья — это мои друзья. Вот так

Думает, что прикалываться — это классно!

На работе надо работать. Нечего устраивать парламентские дебаты

Радостно вскакивает с постели по утрам

Еще на день старше, еще глубже в долги

Отшить кое-кого. (Потому что у меня есть принципы.)

Не раскачивай лодку!

(Частенько) недоволен нашими медленными изменениями

Се ля ви

Хотел бы воевать с Джорджем Вашингтоном против англичан за независимость США!

Почти встроился в систему. Не сбивайте меня!

Любит яркие цвета!

Серый — это прекрасно. (Правило невидимости.)

## Я-бренд в своем мире

## Наемный работник в своем мире

Ориентируется на действия, не боится ошибок

Я — ЧЕЛОВЕК-«СЛУЖЕБКА»!

Принимает жизнь

Дерьма в жизни и так столько, что не стоит напрашиваться еще

Понимает, что «власть» дается лишь тем, кто ее берет. (Настырность = хорошо.)

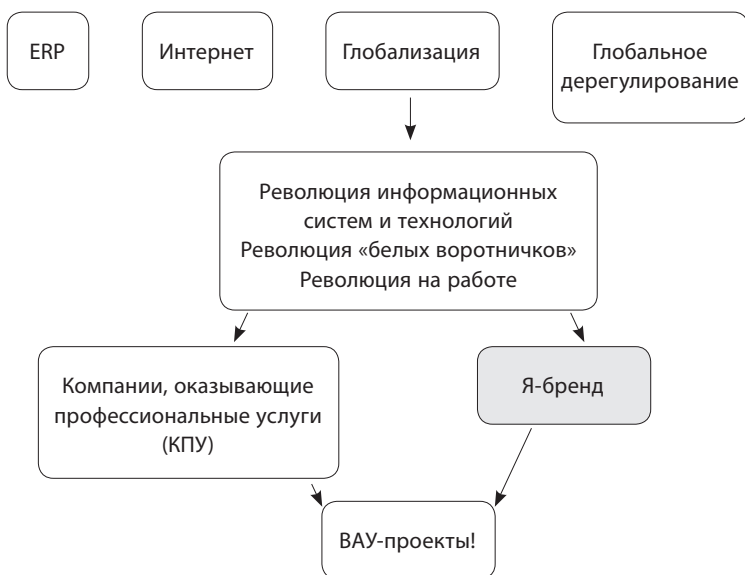
Презираю корпоративных «политиканов»

Лучше просить прощения после, чем спрашивать разрешение до. (Всегда!)

Не подставляй задницу

## Укрупненная модель

Наша руководящая модель проста. И она будет развиваться в этой книге и в других книгах из серии «Список-50». А именно:



Все эти «штуки» — системы планирования ресурсов предприятий (ERP), электронный обмен данными, корпоративные компьютерные сети, Интернет и т. д. — подпитывают революцию. Из тех, что происходят раз в несколько сотен лет (о ней шла речь в предисловии к серии).

Точка попадания этого раз-в-тысячу-летнего метеора — офисный работник, «белый воротничок».

Те, которые выживут — неважно, сохранив зарплату в корпорации или нет, — выбросят из головы (почти) все, что знали, и приобретут характеристики КПУ, или компании, оказывающей профессиональные услуги. (См. другую книгу из этой серии — «Компании, оказывающие профессиональные услуги — 50».) Они будут вести себя как независимые Я-бренды, которым и посвящена наша книга. То есть выжившие станут «продуктом», обладающим явными отличительными характеристиками в... чем-то.

Результатом — базовым элементом — КПУ, Я-бренда и революции «белых воротничков» станет работа как таковая. Или то, что мы называем ВАУ-проектом (см. книгу «Проект-50».)

## Я-бренд: краткое руководство пользователя

Строительство Я-бренда — дело нешуточное. Очень личное. Ставки высоки. Надеюсь, что на этих страницах мы представим «точку зрения», а также множество практических соображений, которые помогут вам с этим справиться.

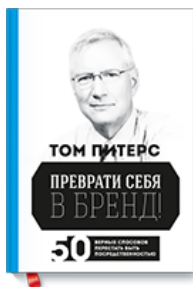
Вас ждет ошеломляющий вал информации. Пятьдесят с лишним основных тем содержат примерно 200 задач. На каждую может уйти уйма времени. Так что мы и не мечтаем, что вы попытаетесь выполнить их все. Просто предполагаем, что вы прочтаете книгу, как обычно, подчеркивая для себя то, что нужно. И ТОЛЬКО ПОТОМ РАССТАВИТЕ ПРИОРИТЕТЫ.

Например, снова пролистаете книгу и выделите 10 из 50 тем, которые требуют вашего внимания немедленно. (И пусть это будут не только «важные», но и «прикольные» вопросы.) Затем из каждой темы выберите одну-две задачи... и за работу!

Внимание: перейдя к практике, на что я, естественно, надеюсь, не теряйте из виду Картину в целом. В данном случае это... правильно, ЗНАЧЕНИЕ Я-БРЕНДА В ВАШЕЙ ЖИЗНИ.

Я-бренд — очень личная штука. Я-бренд = *Вы*. Возможно, потом вас удивит, как часто мы говорим: «Соберитесь с коллегами и обсудите...» Да, Я-бренд *действительно* очень личная штука... но это еще и командная игра. Однако в этот раз речь идет не о команде как форме работы. Скорее это Набор Единомышленников... Фанатов Я-бренда, как я часто называю их в этой книге. То есть всю эту «ерунду» нужно серьезно обмозговать. И, как мы поняли в ходе тренингов, пережевывать ее несравнимо эффективнее в составе небольшой группы людей, стремящихся стать Я-брендами, неважно, формальной или нет. Эй, ведь многих/большинство из нас все эти вещи довольно сильно пугают — хотя и сулят освобождение в итоге! А с пугающими вещами легче справляться, имея группу поддержки.

Конечно, вы будете использовать эту книгу, как захотите, но я надеюсь, что эти предложения помогут запустить процесс.



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

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

