

Эта книга принадлежит

Контакты владельца

Эту книгу хорошо дополняют:

Фанки идеи
Альф Рен

Жизнь на полной мощности!
Джим Лозр, 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
ПЗ5

Питерс Т.

ПЗ5 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

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

ISBN 978-5-91657-555-2

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 побори!) И сделайте его особенным. (Черт побори!)	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
38а. 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 Лайбахер,
«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 зигзигилионными 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 клевее 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 Монтичелло 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 делай 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

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

Я — МАНЬЯК АДРЕСНОЙ КНИГИ!

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

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

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

Ж-и-в-у для клиентов!

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

Думает, что прикалываться — это классно!

Радостно вскакивает с постели по утрам

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

(Частенько) недоволен нашими медленными изменениями

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

Любит яркие цвета!

Наемный работник в своем мире

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

Ненавижу подлиз

Не пытайся повесить на меня это дерьмо, брат

Я показываю себя. Но не высовываюсь

Да, блин, отвали ты от меня!

Делаю свою работу

Мои друзья — это мои друзья. Вот так

На работе надо работать. Нечего устраивать парламентские дебаты

Еще на день старше, еще глубже в долги

Не раскачивай лодку!

Се ля ви

Почти встроился в систему. Не сбивайте меня!

Серый — это прекрасно. (Правило невидимости.)

Я-бренд в своем мире

Ориентируется на действия, не боится ошибок

Принимает жизнь

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

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

Наемный работник в своем мире

Я — ЧЕЛОВЕК-«СЛУЖЕБКА»!

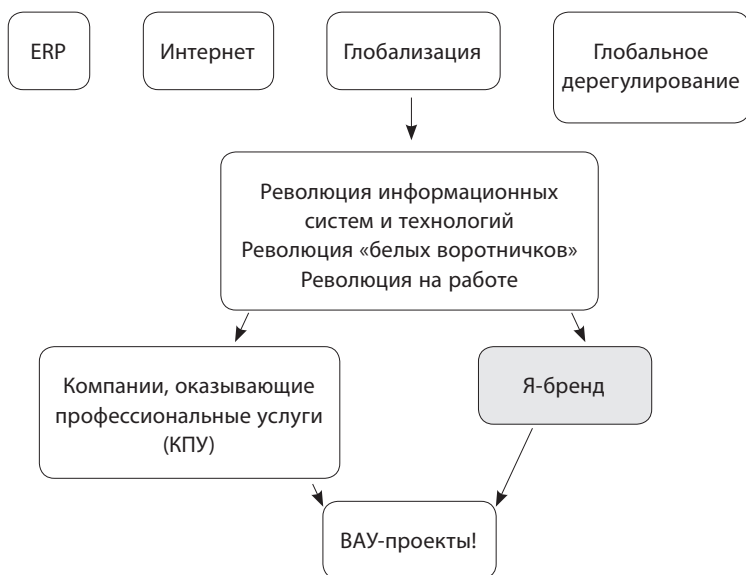
Дерьма в жизни и так столько, что не стоит напрашиваться еще

Презираю корпоративных «политиканов»

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 и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

