

От автора

Много лет назад, в 2012 году, я получил письмо от одного консультанта (назовем его Степаном) с просьбой: *«Игорь, сделайте меня таким же знаменитым, как вы. Вы в маркетинге № 1. Я тоже хочу быть № 1 в своей области. Хочу быть тем, кого первым вспоминают, когда нужен лучший эксперт. Тем, кто стоит очень дорого и работает с самыми топовыми компаниями. Хочу через какое-то время стать, как и вы, примером для всех остальных».*

Незадолго до нашей встречи со Степаном я открыл для себя майнд-мэппинг* и стал использовать его с большим удовольствием. Построение mind maps (на русский это можно перевести как «карты памяти») — отличный инструмент для того, кто хочет быть № 1.

Мне всегда нравилось решать новые задачи, и я ответил Степану, что подумаю.

Да, меня называли и продолжают называть гуру и ведущим специалистом по маркетингу в странах СНГ, самым известным специалистом по маркетингу на постсоветском

* Майнд-мэппинг — процесс создания mind map (интеллект-карт). Это графический способ организации информации, который использует древовидную структуру для визуализации идей и связей между ними. Здесь и далее, если не указано иное, прим. ред.

пространстве, но как я к этому пришел? И главное, что нужно сделать, чтобы повторить это в другой области?

Поясню: я действительно считаю себя № 1 в российском маркетинге. Не гуру, а именно № 1.

Почему? Я много сделал и делаю для продвижения и популяризации этой сферы: выступаю с лекциями, консультирую. Написал больше 30 книг на эту тему, и все они уникальны.

Я был лицом с обложки журнала «Компания», когда в 2000 году начал работать в Австрии директором по маркетингу компании Avaya в регионе Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка, отвечая за маркетинг в 68 странах мира (а потом и в 74: в мою зону ответственности «докинули до кучи» еще и страны Западной Европы). Я не знаю других российских топ-менеджеров, которые бы сделали такую карьеру.

Я был первым и единственным российским спикером на первом Международном маркетинговом форуме (World Marketing Summit), который в 2012 году организовал и провел в Бангладеш Филип Котлер.

В 2024 году я выпустил книгу «Манкетинг. 40 авторских моделей, инструментов и чек-листов». Пока другие пересказывают чужие зарубежные теории, я придумываю свои. Только подумайте: 40 новых моделей, инструментов и чек-листов!

С партнерами (Михаилом Ивановым и Михаилом Фербером) мы создали одно из самых известных и любимых

читателями издательств в России — МИФ. Я в нем отвечал за маркетинг первые 7 лет.

Я также считаю себя № 1 в теме клиентоориентированности.

Написал на эту тему шесть книг, в том числе трехтомник «Клиентоориентированность без бюджета» и самую дорогую бизнес-книгу в нашей стране «Любишь деньги — люби и клиентов».

Могу продолжать... Но, кажется, доказательств, статусов и фактов уже достаточно.

А еще я точно № 1 в теме «Номер 1». Специалисты не дадут соврать: я крут:) Я сам придумал новую категорию и сам ее возглавил!

Но вернемся к запросу Степана. Подумав над его письмом, я сел за компьютер, запустил программу MindManager* и стал рисовать карту. Вот что у меня получилось на верхнем уровне:

- 1) поставить цель;
- 2) сделать аудит себя;
- 3) развиваться лично и профессионально;
- 4) показывать результаты;
- 5) заниматься продвижением / личным маркетингом.

* Коммерческое программное обеспечение для создания и управления интеллект-картами (mind maps), которое помогает визуализировать идеи, управлять информацией и планировать проекты.

Выяснилось: чтобы повторить мой путь, нужно сделать всего пять шагов.

Первый шаг. Поставить цель («Стать № 1 в...»).

Второй шаг. Сделать аудит самого себя: понять, что и кто помогает и мешает двигаться к цели.

Третий шаг. Постоянно и системно заниматься личным и профессиональным развитием.

Четвертый шаг. Обязательно (подчеркиваю: обязательно) добиваться высоких результатов в том, чем занимаетесь. Без рекордов, достижений, визитных карточек, первоклассных проектов и отличных результатов вы точно не будете № 1.

Пятый шаг. Заниматься личным продвижением, личным брендом, личным маркетингом.

Важно! Я должен извиниться перед первыми читателями моей книги. В 2014 году я считал, что продвижение себя не особо-то и важно.

Меня можно простить. Я интроверт — и все, так или иначе связанное с продвижением, меня сильно напрягало. К тому же тогда еще не было такого засилья соцсетей, и стать известным в 2014 году можно было достаточно просто и быстро.

Каюсь. Я был неправ. Сегодня заниматься личным маркетингом нужно сразу, как только вы поставили перед собой цель и сделали аудит. То есть параллельно с развитием.

Читателю, заинтересованному в этом, я посоветую отдельно прочитать книгу «Личный маркетинг без бюджета».

А когда вы достигнете своей цели и станете № 1, нужно будет скорректировать цель, поднять планку или определить новую вершину.

Естественно, такого простого ответа Степану (напомню: он консультант ☺) было бы явно недостаточно, и я «нырнул» в книги, посвященные этому вопросу.

Сколько же всего тогда я прочитал на эту тему! Книг 200, не меньше.

И почти все они были похожи друг на друга, как близнецы: повторяющиеся советы, повторяющиеся истории...

Удивительно: везде много букв, но никто из авторов не предложил конкретную модель «делай раз, делай два, делай три».

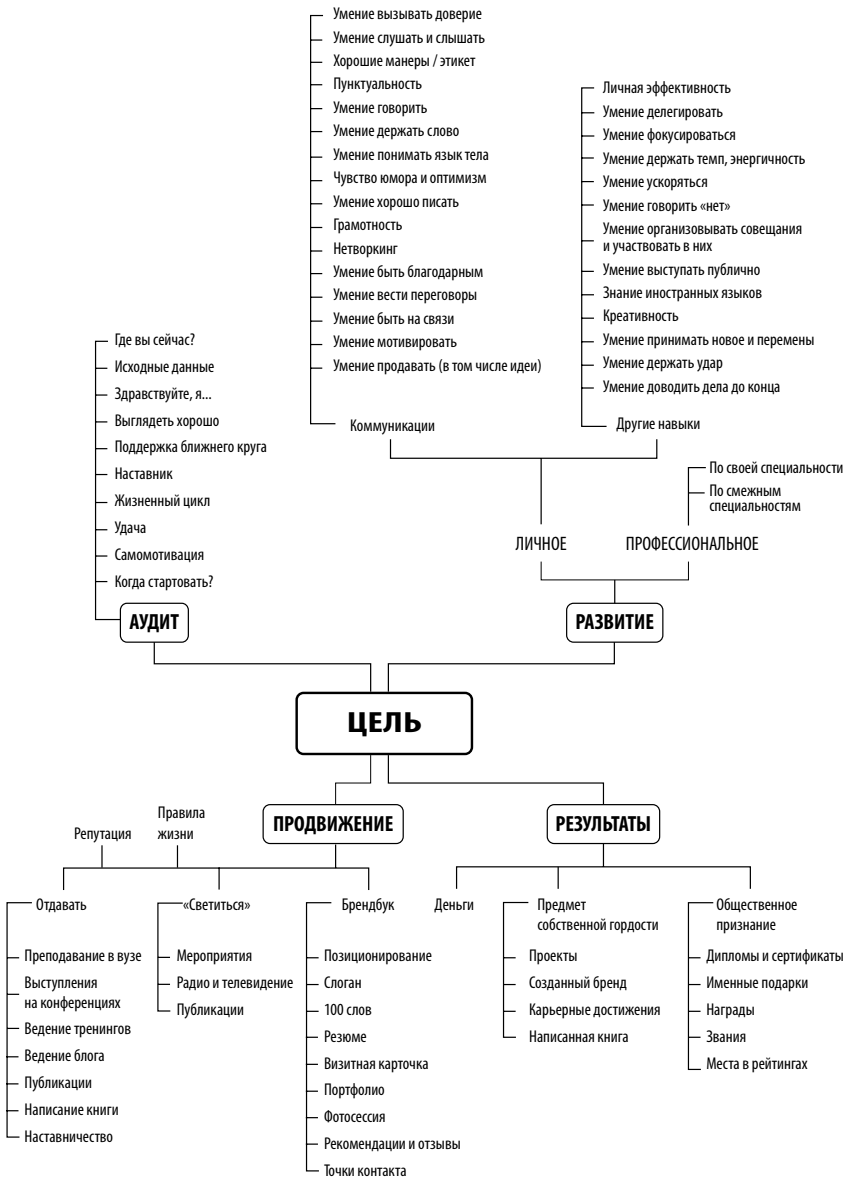
Многие рассказывают, как стать брендом, как стать супер-брендом, но не объясняют, как это сделать (системы я не видел нигде).

Многие рассказывали уж совсем удивительные вещи, и вслед за Станиславским я повторял: «Не верю!»

Примерно через месяц майнд-карта была составлена — я был готов поделиться своим знанием и опытом. Наша встреча состоялась, и Степан остался очень доволен консультацией.

После этого меня не раз просили о том же другие — знакомые и незнакомые — люди. И всякий раз я открывал свою карту, пробегался по ней вместе с собеседником, и всякий раз мой собеседник был счастлив. Дорожная карта «что делать, чтобы стать № 1» была проста, понятна и давала возможность начать работать по ней сразу после встречи.

Номер 1



А в 2014 году вышла книга, на которой выросли тысячи новых № 1, чему я очень рад.

Когда я прислал рукопись книги Мише Иванову — моему партнеру по издательству и нашему тогда генеральному директору, — он написал мне: «Игорь, поздравляю! Это будет бестселлер и лонгселлер, как книга Карнеги “Как завоевывать друзей”».

Пока прогноз Миши сбывается.)

Чем больше в нашей стране будет № 1 — первоклассных специалистов, экспертов, консультантов, сотрудников, руководителей, предпринимателей, — тем лучше не только для самого человека и его семьи, но и для города, региона и нашей великой страны.

Спасибо коллегам из «Манн, Иванов и Фербер» (ныне МИФ): они сделали книгу визуально понятной, упростили и структурировали текст (огромное спасибо Юлии Потемкиной, моему бесценному редактору), создали классную обложку — яркую, запоминающуюся и драйвовую.

Кроме русского, книга вышла еще на нескольких языках: узбекском, казахском, украинском, армянском.

На русском она выпущена тиражом более 160 тысяч экземпляров (по данным на март 2026 года).

Потом вышел еженедельник «Номер 1» — и я стал востребованным спикером на эту тему.

За 10+ лет я выступил с темой «Номер 1» несколько сотен раз — с открытыми и корпоративными мастер-классами, онлайн и офлайн, на разнообразных форумах и конференциях, в разных странах: России, Казахстане,

Украине, Беларуси, Молдове, Киргизии, Узбекистане, Таджикистане, Турции, ОАЭ, Кипре и даже Иране (в последних двух странах я выступал на английском языке).

Параллельно с этим я написал несколько новых книг:

- «Лайфхак на каждый день»;
- «Бизнесхак на каждый день»;
- пятитомник «Правила жизни и бизнеса» (в котором более 230 эссе на самые разные темы);
- «Чуть-чуть эффективнее»;
- «Читай!»;
- «Доверие»;
- «Планируй!»;
- «Личный маркетинг без бюджета»;
- «Все получится!».

Я консультировал по «модели № 1» крупных бизнесменов, политиков, врачей, представителей шоу-бизнеса и спорта.

Еще одно доказательство работоспособности и устойчивости этой модели — тот факт, что за все эти 10+ лет я не уступил свой № 1 в маркетинге, в клиентоориентированности и в «Номер 1» никому в России и СНГ. А желающих отодвинуть меня в сторону было достаточно.

И еще за это время я получил сотни, а то и тысячи благодарностей — в соцсетях, лично, по почте.

Я часто думаю, почему эту простую модель придумал я, а не Брайан Трейси, Робин Шарма или Тони Роббинс?

От автора

Как-то я обсуждал это со своим приятелем, и он философски сказал: «Не все же им придумывать. Мы тоже можем». Вот как-то я смог:) Спасибо Степану!

Я рад, что новая версия книги у вас в руках. Значит, вы точно уже один из нас или скоро будете с нами.

Читаю ваши мысли: «А если кто-то в маркетинге, работая по этой карте, станет № 1 и оттеснит Игоря Манна в сторонку?»

Признаюсь, это возможно. Но я этого не боюсь.

Тот, кто на это решится (и он смелый человек!), должен помнить, что я не останавливаюсь и сам работаю по этой карте постоянно! Я много читаю, много консультирую, запускаю новые проекты (не всегда успешные, но это опыт!), пишу новые книги и придумываю новые концепции и инструменты.

Так что, если кто-то решится, — до встречи на маршруте. Победит сильнейший!

Книга, которую вы держите в руках, проста и понятна. Все, что останется после прочтения, — создать свою карту, разработать план превращения в № 1 и стать им.

Желание + цель + упорная работа + достойные результаты — и у вас все должно получиться. Начинаем!

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

Как работать с этой книгой?

Лучшее, что может сделать книга для человека, — заставить его действовать.

Томас Карлейль

О личном развитии изданы тысячи книг на разных языках.

С 2009 года, когда я написал книгу «Маркетинг без бюджета», мне хочется писать книги так, чтобы читатель сказал: «Вау, такого я еще не встречал».

Уверен, книг, подобных этой, вы еще не встречали.

Это скорее дорожная карта, которая покажет, что важно знать и делать, чтобы стать № 1. Но она не заменит узкоспециальных книг по разным аспектам личного развития, в том числе о личном бренде. Невозможно под одной обложкой собрать все советы, которые помогут стать № 1 и при этом будут интересны каждому читателю, ведь у каждого свой уровень развития, свои цели, амбиции, приоритеты и недостатки.

На этих страницах вы найдете пошаговый алгоритм, как из точки, где вы сейчас находитесь, добраться до точки, в которой хотите оказаться, как стать № 1 в том, что вы делаете (или хотите делать).

Как работать с этой книгой?

В процессе чтения постепенно заполняйте таблицы в приложениях.

Используйте книгу как чек-лист, чтобы проверить себя и работать над собой. Двигайтесь по шагам, фокусируясь на нужном и важном и прибавляя — в количестве, в качестве, в темпе — там, где надо.

Вот мой пример.

Я читаю о навыке «умение писать».

Я считаю, что этот навык критически важен для меня.

Я думаю, что он развит у меня хорошо. Приоритет в его развитии — в категории В. Строка таблицы у меня будет выглядеть так.

Важность навыка (ставьте галочку напротив тех, которые для вас важны)	Насколько он у меня развит (по шкале от 1 до 5)?	Приоритет по развитию/ улучшению
✓ Умение писать	1 2 3 4 5	А В С

Возможно, вы удивитесь, что приоритет я поставил В, а не А.

Просто есть много других навыков, более важных для меня, которые нужно развивать в первую очередь.

99% читателей пропускают упражнения, в которых автор призывает их что-то подчеркнуть, заполнить, подумать, ответить, записать...

Но эта книга исключительна: нет смысла читать ее, не занимаясь самодиагностикой, самоопределением и работой над собой.

Чем честнее и полнее будут ответы, чем быстрее, качественнее и больше вы сделаете, тем быстрее и лучше будет результат.

С 2009 года моей визитной карточкой является фраза: **«Самое главное в маркетинге (да в чем угодно!) — знать, что делать, знать, как делать, и взять — и сделать».**

Давайте разбираться, что нужно сделать, чтобы стать № 1. Начнем изучать то, что нужно знать, как делать.

И будем делать, делать, делать...

Чудес не будет. Просто прочитав эту книгу, вы не станете № 1. Чтение, заметки на полях и размышления без практического применения результатов не принесут.

Ставьте цели.

Исследуйте свои возможности и потенциал.

Развивайте себя — всемерно, постоянно.

Показывайте результаты.

Занимайтесь продвижением / личным маркетингом.

Маршалл Голдсмит в книге «Прыгни выше головы» пишет: «По статистике, если вы совершенствуете конкретную сферу, улучшаются и прочие ваши показатели... Перемена в одном приводит к общему улучшению».

Только представьте, как вы изменитесь и какими будут результаты, если вы начнете движение и улучшения по всем фронтам!

Как работать с этой книгой?

Труд сделал из обезьяны человека. Целенаправленный труд и работа по системе сделают из обычного человека «человека № 1».

Я в этом уверен.

Мы все любим простые пути, стараемся где-то срезать. Предвосхищая вопрос «А как можно срезать на пути к № 1?», отвечаю: «Смотрите приложение 3:») Но сначала прочитайте книгу!

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



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:

