

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,

* 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.*

самым известным специалистом по маркетингу на постсоветском 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 представьте: 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;

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

- 4) показывать результаты;
- 5) заниматься продвижением / личным маркетингом.

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.

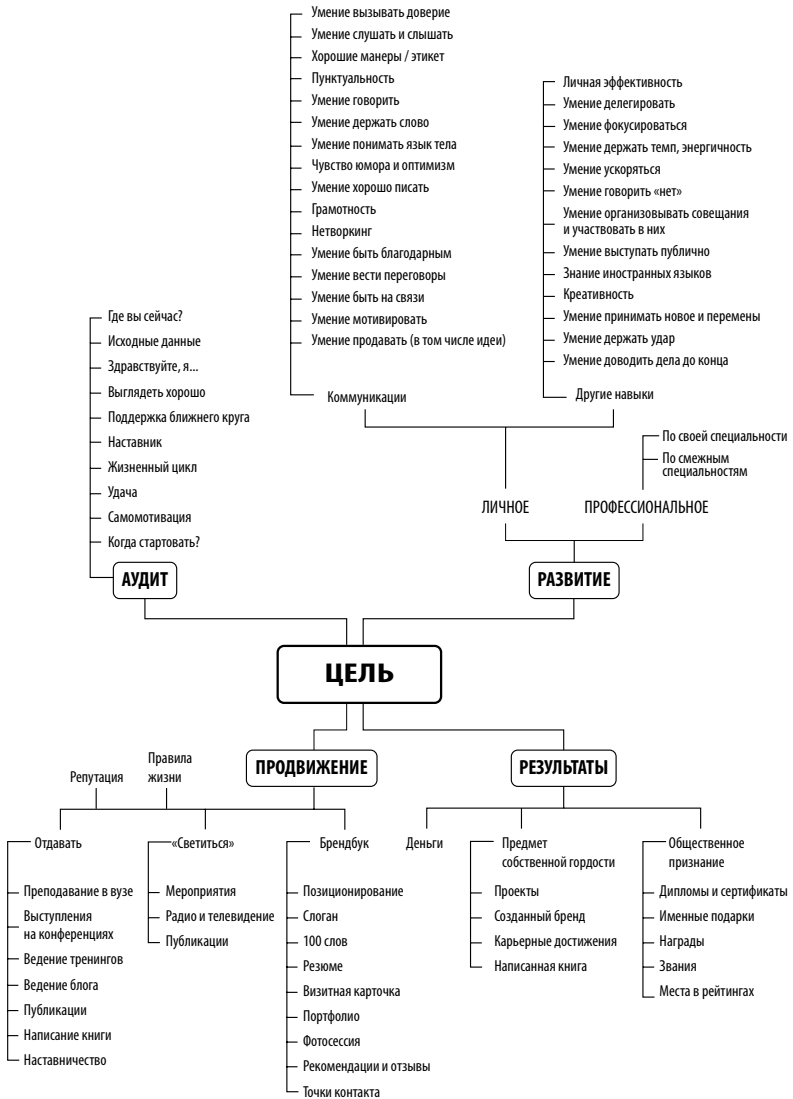
И почти все они были похожи друг на друга, как близнецы: повторяющиеся советы, повторяющиеся истории...

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 супербрендом, но не объясняют, как это сделать (системы я не увидел 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 своими знаниями 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.

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?

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!

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 статья № 1 в том, что вы делаете (или хотите делать).

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 разви- тию/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».



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:

