

тема номера

# ЭФФЕКТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ



**№7**  
**Наверх**  
**ПУТЬ**  
ЖУРНАЛ О ЛИЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ГОСТЬ НОМЕРА –  
МИХАИЛ ИВАНОВ .....7

КАК ПРОВЕСТИ  
ЛЕТО НА 100%.....11

КОНТЕКСТНОЕ  
ПЛАНИРОВАНИЕ .....19

ПРИНЦИПЫ  
СЧАСТЬЯ.....35

**Июнь**

№7 – 2011

**В ЭТОМ НОМЕРЕ:**

7

11

**ТЕМА НОМЕРА  
ЭФФЕКТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

15

19

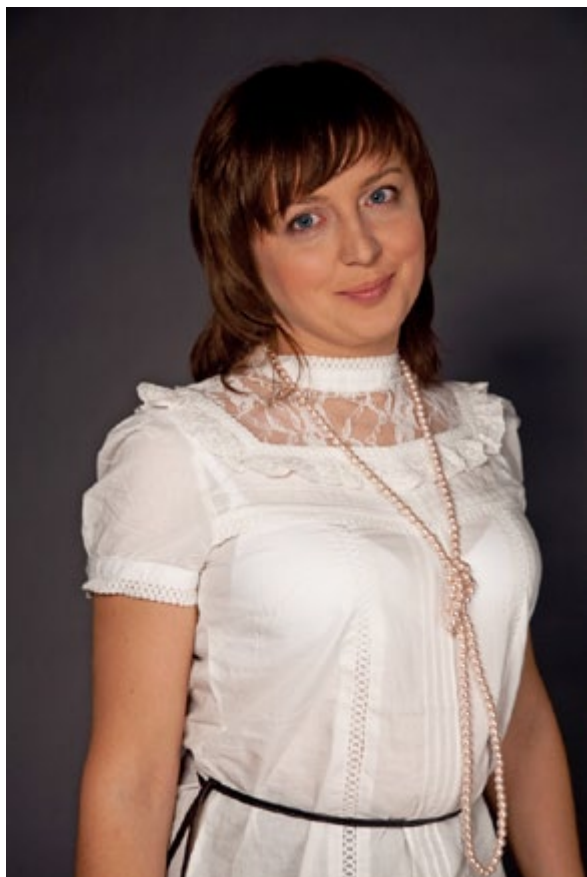
23

27

35

40

41



Поздравляю дорогих читателей с наступившим летом — да здравствуют пляжи, шашлыки и земляника! Лето, как очень правильно пел Олег Митяев, - это маленькая жизнь, и о том, как прожить ее максимально эффективно, отдохнуть и зарядиться свежими идеями, а также подготовить платформу для взлета в осень — читайте в материале Ларисы Федоровой «Лето на 100 %».

Наша редакция уходит на летние каникулы, чтобы в сентябре с новыми силами и мыслями продолжить «Путь Наверх». Уже сейчас в обсуждении несколько новых проектов, которые смогут сделать журнал лучше, полезнее и интереснее для читателей. Оставайтесь с нами!

А у вас уже есть планы на лето? Главная тема этого номера — эффективное планирование - обязательно почитайте материалы из этой рубрики. Главное - действуйте, и не давайте возможности вашим страхам и перфекционизму помешать воплощению ваших планов! Интересного и проактивного вам лета! И до встречи осенью!

**Елена Чухлебова**

### Наши ресурсы:

сайт <http://www.put-naverh.ru>

группа [«ВКонтакте»](#)

сообщество журнала в [ЖЖ](#)

журнал [онлайн](#)

Мы удивляемся тому как изменились внешне, лишь разглядывая старые фотографии. Редко кто задумывается о том, что мы постоянно меняемся, видя себя ежедневно в зеркале. Ещё сложнее заметить перемены в нашем мироощущении. К 30 годам, «став взрослыми», нам начинает казаться, что меняется только мир вокруг, а нам требуются усилия, чтобы изменить себя к лучшему.

А может не нужно никаких усилий? Может всё что необходимо - это быть любознательным, интересоваться жизнью, направлять своё внимание и формулировать собственные намерения. Нет, нет я не буду вам рассказывать про позитивное мышление и важность визуализации желаемого. Всё гораздо проще.

Каждый материал нашего журнала это сигнал, искра, которая может запустить процессы перемен в тех, кто к ним готов. Читайте, вдумывайтесь и прислушивайтесь к себе. Перемены уже начались. В наших силах их направлять и исследовать.

Живите интересно!

**Армен Петросян**



### Навигация по сайту

[назад](#) | [переход к содержанию](#) | [вперед](#)

[постранично](#) | [на весь экран](#) | [разворотами](#)



**МИХАИЛ ИВАНОВ**  
генеральный директор  
издательства **«Манн,  
Иванов и Фербер»**  
увлекается триатлоном



**СВЕТЛАНА НЕКРАСОВА**  
консультант по личному  
планированию, тренер и коуч  
персонального развития,  
автор блога о саморазвитии  
**«С чистого листа.  
Меняем себя и свою  
жизнь»**



**АЛИЯ БЕЛЯЕВА**  
карьерный консультант  
и наставник по поиску  
работы, компания  
**Job Search Coach**  
создатель Сообщества  
**«Работа и карьера  
для женщин»**



**ЕКАТЕРИНА  
ПУШКАРЕВА**  
**[ekaterinapushkareva.  
blogspot.com](http://ekaterinapushkareva.blogspot.com)**



**ЕЛЕНА СТЕПКИНА**  
консультант по карьере,  
тренер, основоположник  
**карьерного  
консалтинга в  
Санкт-Петербурге,**  
ведет **персональный  
блог** и еженедельную  
колонку на деловом  
портале «Деловой  
Петербург В Контакте»



**ЛАРИСА ФЕДОРОВА**  
психолог, соавтор проекта  
по дистанционному обуче-  
нию «DiS – Территория до-  
стижений», шеф-редактор  
корпоративного **блога**  
о саморазвитии, личной  
эффективности и интернет  
стиле жизни





**Наверх**  
**Путь**  
№6  
ЖУРНАЛ О ЛИЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Наше издание для тех, кто находится в поиске себя, своего призвания, Пути, интересуется вопросами саморазвития, мотивации, планирования, организации, управления своей жизнью, методиками личностного роста, а также другими инструментами повышения личной эффективности.

Журнал выходит ежемесячно 7-9 числа

**ЧИТАЯ НАШ ЖУРНАЛ, ВЫ СМОЖЕТЕ:**

- познакомиться с экспертами в различных областях личной эффективности
- найти информацию о тренингах, семинарах, вебинарах, и принять в них участие.
- ознакомиться с различными системами, методами, технологиями в областях личной эффективности
- ознакомиться с лучшими книгами по тематике издания.
- поделиться личным опытом и пообщаться с единомышленниками.

**Присоединяйтесь! Мы Вам рады!!**

Дизайн и верстка журнала «Путь наверх»:  
**Булах Асия, e-mail:asiya.bulakh@gmail.com**

Михаил Иванов:

# «НУЖНО **ПРОБОВАТЬ** И НЕ БОЯТЬСЯ **МЕНЯТЬСЯ**»

С некоторых пор издательство **«МаннИвановФербер»** стало ассоциироваться у меня не только с прекрасными книгами, большинство которых я стараюсь прочитывать. Один из учредителей издательства Михаил Иванов подарил мне мечту, ставшую большой целью.





Сначала я прочитал в блоге Михаила <http://ivanov.mann-ivanov-ferber.ru/> о том, как он увлёкся триатлоном. Потом следил в Фейсбуке за его тренировками. Незадолго до нового года, без всяких «твёрдых решений» и обязательств, я начал регулярно бегать. Потом одна из полок книжного стеллажа заполнилась изданиями о беге и марафонах. Само собой пришло решение, что до своего 50-летия я пробегу 4 марафона в мировых столицах. А дальше... Недавно в издательстве вышла прекрасная книга «Библия тратлета». Я её купил и странным образом отреагировал на прочитанное. Договорился с тренером по плаванию и приглядываюсь к покупке хорошего велосипеда.

Мне захотелось спросить Михаила как ему удаётся совмещать руководство издательством, деловую активность и большой объём почти ежедневных тренировок. Если вы не хотите заразиться духом соревнования с самим собой и испытания своих возможностей, лучше не читайте ответы Михаила и не заходите на его блог.

**Как бы Вы охарактеризовали свой успешный день? Что является его составляющими?**

Ощущение достижения чего-то важного. Пусть даже чего-то не очень большого. Я практикую такое упражнение - перед сном вспоминаю то, что мне удалось в этот день. Так накапливаются положительные впечатления и создается уверенность в себе.

**Судя даже по записям в Фейсбуке или блоге у Вас достаточно насыщенная жизнь, со множеством событий и переездов. Как вы планируете свой день? Как и на какой период составляете планы?**

У меня есть разные горизонты планирования. Я обязательно делаю годовые планы, в которых устанавливаю крупные цели, которых я хочу достичь. Ежедневно по пятницам я получаю от тренера свое расписание тренировок и под него планирую деловые встречи на неделю. Каждый вечер я пишу план задач на следующий день. Записанные цели обладают дополнительной силой.

**Как Вы пришли к серьёзному увлечению триатлоном?**

Довольно случайно. В книге Тинькова «Я такой как все» был упомянут его товарищ - триатлет-любитель. Мне был



Я практикую  
такое  
упражнение  
- перед сном  
вспоминаю то,  
что мне удалось  
в этот день.  
Так  
накапливаются  
положительные  
впечатления  
и создается  
уверенность в  
себе.

интересен этот спорт и я попросил Олега познакомить меня со ним. Он заразил меня своим энтузиазмом. Примерно в это время я закончил бизнес-школу (я учился на программе GlobalExecutiveMBAIESEBusinessSchool в Испании) и у меня стало больше времени. Я попробовал, и мне понравилось.

**Среди Ваших знакомых много успешных людей, которые несмотря на свою занятость находят время для регулярных тренировок. Скажите в чём их секрет? Откуда они черпают энергию и мотивацию?**

В ходе занятий спортом энергия не расходуется, а создается. Большие спортивные цели позволяют фокусироваться, делают их более дисциплинированными и целеустремленными. В итоге они становятся более эффективными. Кроме того, спорт позволяет очень эффективно переключаться.

**Михаил, для меня Вы – пример того, как можно совмещать свои увлечения и бизнес. Руководить успешным издательством, выпускающим книги, которые интересно читать самому. Заниматься триатлоном и впервые знакомить наших читателей с шикарными книгами, типа «Библия тритлета». Скажите как найти направление тем, кто хочет заниматься своим делом? Это больше случайность или наклонности и пристрастия всё равно проявят себя?**

Чтобы добиться успеха необходимо заниматься тем, что вам нравится. Мне нравились книги, и я придумал издательство. Сейчас мне нравится спорт и, возможно, я приму участие в создании компании, которая будет помогать любителям спорта эффективно тренироваться. Эта же компания займется организацией спортивных мероприятий.

Очень не просто найти действительно то, что вам нравится и само это прходит редко. Нужно пробовать и не бояться меняться.

**Ваше издательство выпускает книги, которые помогают быть успешным. Как много читаете Вы сами? По какому принципу выбираете книги, делаете ли какие либо выписки и записи?**

Я читаю очень много рукописей еще не изданных книг. Хорошая книга заставляет меня делать записи новых идей. Чем больше идей, тем лучше для меня книга.

Очень не просто найти действительно то, что вам нравится и само это прходит редко. Нужно пробовать и не бояться меняться.

**Ваше отношение со временем. Согласны ли с утверждением, что чем больше себя нагружаешь, тем больше успеваешь?**

Я очень хорошо чувствую течение времени и стараюсь рачительно расходывать его. Я не стесняюсь сказать "нет" тем, кто хочет потраить мое время.

**Как Вы отдыхаете?**

Занимаюсь спортом. Путешествую.

**Что Вас вдохновляет?**

Достижения других людей.

**Я считаю, что Вы своим примером и изданием книг делаете много для популяризации триатлона. Скажите можно ли и нужно ли популяризировать таким же образом предпринимательство? Интересно ли Вам было это?**

Думаю, что предпринимательство, как и тяга к спорту идет глубоко изнутри. Если у человека есть мотивация, он найдет возможность сделать бизнес. Даже в СССР люди находили возможности для предпринимательства. По своей природе предприниматели - это пассионарные люди, которые хотят изменить мир вокруг себя. Книги могут помочь им, но они не могут популяризовать само явление.

**Всё больше людей заводят персональные блоги, проявляют свою активность в социальных сетях. Могли бы Вы сформулировать какие преимущества Вам даёт блог и аккаунт в Фейсбуке?**

Я веду блог несколько лет и он позволяет мне сформулировать мои мысли, разобраться в чем-то. В письменном виде мысль становится яснее.

**Интервью провел  
Армен Петросян**



**ЛАРИСА ФЕДОРОВА**  
психолог, соавтор  
проекта по дистан-  
ционному обучению  
«DiS – Территория  
достижений». Шеф-  
редактор корпора-  
тивного **блога** о са-  
моразвитии, личной  
эффективности и  
интернет стиле жизни

**С**читается, что летом многие бизнесы переживают спад. Возможно, действительно наши циклы немного подвержены природным, и летом мы, как и многие другие, хотим поближе к теплему морю, горячему песку и стаканчику чего-нибудь прохладительного...

Однако, поступая летом подобно многим, и идя на поводу этих желаний, вы как бизнесмен рискуете быть выбитым из обоймы.

На мой взгляд, лето - отличная пора, чтобы подготовить себе очень надежную основу, которую в начале осени можно будет использовать для стремительного старта.



**1. НИЗКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**

Все по привычке едут отдыхать, но, занимаясь online бизнесом, для вас уже стираются границы между работой и отдыхом. Вы можете отдыхать и работать, где угодно, в том числе и на теплых курортах. Главное, чтобы был доступ в интернет. Итак, пока ваши конкуренты отдыхают рядом с вами на шезлонге (утрирую) вы можете использовать это время, чтобы громче заявить о себе, чтобы набрать больше подписчиков в свою рассылку. Осенью, когда люди будут готовы платить, вы обязательно монетизируете этот ресурс.

**2. НИЗКИЕ ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМУ**

Опять же, потому что низкая конкуренция. В offline-изданиях вы можете выбить отличные скидки, контекстная реклама также обойдется существенно дороже, т.к. конкуренты не будут повышать ставки.

**3. ОЧЕВИДНО, ЧТО ONLINE-БИЗНЕС ОСОБЕННО ЛЕТОМ – ТО, ЧТО НУЖНО**

Когда люди видят стиль жизни интернет-предпринимателя, который с ноутбуком на пляже, а им в это время приходится сидеть в душном и не всегда кондиционированном офисе, вольно или невольно люди задумываются: «А почему бы и нет?» И они готовы примкнуть к вашей команде, став партнером или клиентом, чтобы, например, в следующем году вести подобный образ жизни.

**4. ВОЗМОЖНОСТЬ БЫТЬ СО СВОЕЙ СЕМЬЕЙ, А НЕ ПАХАТЬ ВДАЛИ ОТ НИХ ВСЕ ЛЕТО**

Частая ситуация, когда папа отправляет свою семью отдыхать, а сам в это время пашет, потому что не может оторваться и уехать из города. Или родители отправляют детей к бабушке, а сами все лето работают, не видят своих детей. Знакомая ситуация? А хотели бы все лето с детьми, и чтобы при этом доходы не пострадали? Online-бизнес дает такие возможности. Ваш офис там, где вы открыли свой компьютер.

**5. ВОЗМОЖНОСТЬ ОСВОИТЬ НАВЫКИ, ПОКА КОНКУРЕНТЫ ДРЕМЛЮТ**

Почему многие бизнесы буквально выстреливают осенью? Потому что их владельцы не прохлаждались летом, а тщательно готовили свой взлет. Последуйте и вы такому примеру. Обычно люди летом тратят, а потом в сентябре начинают с чистого листа. И так бег по кругу каждый год.



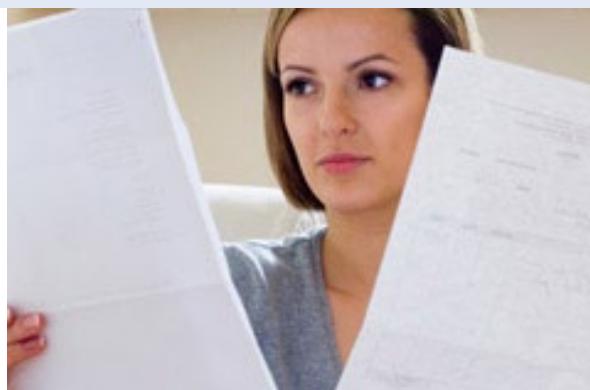
Когда вы занимаетесь любимым делом, для вас стираются границы между работой и отдыхом. Вы просто органично живете.

Итак, не делайте упора на непосредственную работу по построению отношений с партнерами и/или кли-

ентами. Возможно, многие из них летом не способны оценить ваше внимание. Они не готовы рассматривать ваши предложения.

Но это не потому, что ваше предложение плохое, просто оно в этот момент не отвечает их актуальным потребностям.

**1)** Используйте освободившееся время (часть того, которое вы обычно уделяете работе с клиентами) на **завершение неоконченных дел**. Составьте список и следуйте ему. Как это сделать, посмотрите здесь. Доделав свои старые дела, многие из которых копились годами, вы обнаружите огромный прилив сил и энергии. А они сейчас вам очень нужны.



**2)** Пока конкуренты дремлют, оставьте их далеко позади и благодаря собственному росту и эрудиции. Выделите время по 30 минут ежедневно или несколько часов в конкретный день недели на **изучение возможностей развития вашего бизнеса, на сбор полезных идей**. Просмотрите выпуски рассылок, на которые вы подписаны, но не успеваете прочесть, посетите тематические блоги, форумы, воспользуйтесь поисковиками и по релевантным вашему бизнесу ключевым словам. Изучите, что появилось нового, что из этого вы можете взять на вооружение.

**3)** **Налаживайте новые деловые контакты.** Летом не все отдыхают. Найдя интересный проект, предложите его автору сотрудничество, от которого вы оба выиграете.



**4)** **Доработайте свой сайт** и свое бизнес-предложение.

**5)** **Автоматизируйте ваш бизнес** и повышайте эффективность вашей деятельности: поставьте себе полезные компьютерные программы, например, планировщик дел и т.п.



**6) Создавайте и готовьте к продвижению свои проекты.**

- вспомните все идеи, которые приходили к вам с начала года, но вы их отбросили из-за недостатка времени. Теперь - самое время довести до конца самые гениальные из них
- просмотрите все файлы, блокноты или другие источники, где вы собираете и накапливаете базу, выберите из них наиболее полезные материалы
- готовьте статьи, посты на блог. Можно сразу написать их много и запланировать их автоматическую публикацию с определенной периодичностью, например, в WordPress это сделать совсем не сложно. Таким образом, вы убьете сразу двух зайцев - создадите полезный контент и потратите меньше времени, т.к. настраиваться на работу будете только однажды, а не каждый раз заново.
- соберите материал для выпуска своей электронной книги.
- снимайте видео, тоже можно сразу сделать серии роликов, которые потом использовать в течение длительного времени.

**7) Наведите порядок на рабочем столе, компьютере, систематизируйте файлы, папки, сайты в закладках...**

Думаю, список можно продолжать и вы сделаете это сами. И тогда, пока ваши коллеги будут только входить в курс дел, воз-

вращаясь из отпуска, вы уже сильно опередите их и отнимете большой кусок вкусного пирога в своей рыночной нише.





**УСПЕТЬ!  
ВСЕ!**



Планирование  
по Стивену Кови





ЕЛЕНА СТЕПКИНА,  
консультант по карьере,  
[www.careerconsult.ru](http://www.careerconsult.ru)

**В четвертом** номере журнала «Путь Наверх» был материал о книге Стивена Кови "7 навыков высокоэффективных людей", в которой обсуждали, каким образом изложенные в ней принципы можно внедрить в жизнь. Я хотела бы продолжить эту тему и поделиться с вами тем главным инсайтом, который книга привнесла в мою собственную жизнь – а именно: еженедельным планированием на основе важнейших жизненных ролей.

Пожалуй, это единственная система, которая наконец-то позволила мне избавиться от состояния "то голова утонет, то хвост увязнет". Уверена вам оно тоже знакомо: только на работе разберешься со всеми делами, тут же обнаруживаешь, что личная жизнь осталась где-то за бортом, а стоит с невероятными усилиями выделить время на занятия спортом, как сразу выяснится, что совершенно некогда заниматься ребенком, и так далее до бесконечности.

Мы мечемся между различными исполняемыми нами ролями (личности, профессионала, мужа/жены, отца/матери, друга и др.), совершая хаотичные попытки подтянуть то одно, то другое, то третье. При этом постоянно утрачиваем видение перспективы и забываем о приоритетах. А в итоге – сплошные угрызения совести по поводу того, что опять не успели что-то сделать, а если и успели, то это что-то оказалось совсем не тем, что надо.

Рассуждая о балансе различных жизненных сфер, некоторые авторы отталкиваются от концепции жизненного колеса или от концепции табуретки, где вам предлагается проанализировать собственное положение по ряду вполне определенных областей. Для устойчивости "табуретки" требуются карьера-работа, общение-семья, интересы-хобби, саморазвитие-образование. "Колесо жизни" требует выделения восьми сегментов: физическое окружение, бизнес/карьера, финансы, здоровье, друзья и семья, отношения, персональный и духовный рост, развлечения и веселье. При этом мы имеем дело с некоторой директивностью: вот тебе список важных сфер жизни, ты обязан следить за их гармонизацией. Таким образом, не учитываются внутренние потребности отдельного человека и его текущая ситуация. Если мне совершенно не актуальна финансовая тема, то почему я должна ее "тянуть"? Ведь в каждый отдельно взятый момент времени ресурсы ограничены, и я совсем не уверена, что имеет смысл тратить их на все то, что другие за меня посчитали важным и нужным. Предла-

гаемый перечень сфер имеет смысл держать, скорее, в качестве неких общих стратегических ориентиров и время от времени сверяться с ним, чтобы производить корректировку собственного курса развития, если необходимо. Однако для среднесрочного и краткосрочного планирования лучше все-таки использовать ролевой подход.

Начать следует с того, чтобы определить все те роли, которые вы играете, пытаетесь играть или хотите играть в своей жизни. Разумеется, под ролью подразумевается не временное театральное перевоплощение, а то, каким образом мы позиционируем себя по отношению к другим (социальная роль). Каждый из нас одновременно может быть и родственником, и студентом, и профи, и душой компании, и любителем спорта. Выделяя свои главные роли, постарайтесь не мельчить

**Каждый из нас одновременно может быть и родственником, и студентом, и профи, и душой компании, и любителем спорта. Выделяя свои главные роли, постарайтесь не мельчить — оставляйте только основное.**

— оставляйте только основное. Обычно у людей получается около пяти-восьми ролей (например, личность (триумвират физического, духовного и умственного начал), профессионал, друг, муж, благотворитель и т.п.). Не спешите. Подумайте, все ли основные роли охвачены. Может быть, вы забыли включить кого-то, кем вы еще не являетесь, но очень хотите им быть (например, волонтером в детском доме)?

Выпишите роли в столбик на отдельный лист своего ежедневника, оставляя немного места для каждой из них. Теперь попробуем сформулировать цели. Чего именно вам хотелось бы достичь по каждому направлению в сред-

несрочной перспективе (лично я всегда планирую на полгода). Не забудьте про SMART: каждая цель должна быть сформулирована таким образом, чтобы быть конкретной, измеримой, принципиально достижимой (но непременно выводящей вас из зоны комфорта), обоснованной и определенной во времени. “Стать хорошей мамой” — это не цель. “К концу мая научить ребенка кататься на велосипеде, посетить театр и два музея, ввести привычку читать ребенку по 15 минут перед сном” — уже больше похоже на то, что может быть достигнуто.

Теперь переходим к недельному планированию. В начале недели мы обращаемся к своему ролевому списку и ставим по 2-3 важнейших задачи (т.е. те, выполнение которых будет вести к достижению поставленных выше целей) для каждой роли. Раскидываем их по недельному плану, начиная с фик-

сированных задач (то, что должно быть выполнено в строго обозначенный день и время — например, рабочая встреча или посещение врача). Обрати-

те ваше внимание на то, что большинство записанных задач будут относиться к группе “важных, но не срочных” (особенно спустя несколько недель после внедрения такого рода планирования, когда вы погасите свои “горячие точки”). Именно на них у нас почему-то никогда не находится времени, т.к. мы тратим его с переменным успехом на а) дела важные и срочные (решение острой конфликтной ситуации с клиентом), б) дела срочные, но неважные (обработка почты), в) дела неважные и несрочные (общение в социальных сетях, интернет-серфинг).

Особенно любопытно то, что, в случае планирования по ролям, список за-





дач оказывается не так уж и велик, а в ежедневнике остается полно свободного времени. Правда, радоваться еще рано, т.к. оно все-таки заполнится — ежедневными рутинными, важными срочными делами и банальными потерями (когда, например, вы застрянете в пробке). Поэтому в ходе планирования по ролям ни в коем случае нельзя пытаться “подбить” расписание под завязку. Только так вы сможете эффективно проработать свои приоритетные задачи.

Специально для читателей журнала я разработала пример планирования по ролям и форму для ежедневника (тетрадь на кольцах формата А5), которые вы можете совершенно бесплатно скачать вот [отсюда](#). Под каждую из задач в календаре бронируется некоторый отрезок времени, поме-

**Особенно любопытно то, что, в случае планирования по ролям, список задач оказывается не так уж и велик, а в ежедневнике остается полно свободного времени.**

ченный отдельным цветом. При этом сразу видно, какие задачи могут выполняться одновременно или друг за другом (например, в примере завезти вещи в фонд удобно по пути из налоговой, а обучить ребенка игре в мяч вполне можно во время пикника). Кроме того, обратите внимание, сколько много времени осталось на решение разного рода срочных оперативных, но не таких уж и важных дел. Безусловно, они будут появляться, и их будет много, но теперь они больше не будут “наскокивать” на дела, казалось бы, несрочные, но такие важные. И ваши стратегические приоритеты наконец-то будут реализованы.



**ЛАРИСА ФЕДОРОВА**  
психолог, соавтор  
проекта по дистан-  
ционному обучению  
«DiS – Территория  
достижений». Шеф-  
редактор корпора-  
тивного **блога** о са-  
моразвитии, личной  
эффективности и  
интернет стиле жизни



# КОНТЕКСТНОЕ

# ПЛАНИРОВАНИЕ

**П**риходи-  
лось ли  
вам, огля-  
дываясь на  
прошлую  
неделю, за-  
мечать, что  
вы были  
жутко за-  
няты, но не  
сделали ни-  
чего  
важного?

Несмотря на то, что о планировании и его важности написано уже много книг, советов и инструкций, многие люди все-таки пытаются как-то обойтись без планирования и следования планам.

Конечно, по течению плыть, решая текущие задачи по мере их поступления, гораздо легче. Но обратите внимание, что за такими мелкими делами можно совсем забыть о своих важных целях и планах. На них просто не останется времени. А в результате...

Когда вы целенаправленно двигаетесь к своей мечте, у вас появляется шанс, причем немалый, ее реализовать.

Для того чтобы не только начать планировать, но также жить и работать по созданному плану, требуются немалые усилия и самодисциплина. Однако, поверьте, результат стоит того!

Итак, я предлагаю один из подходов, который вы можете использовать, чтобы наконец-таки начать все успевать.

И, что самое важное, справляться не только с накопившимися рутинными делами, но и развиваться, двигаться вперед, реализуя новые проекты.

Основной принцип этого подхода — еженедельно группировать сходные задачи и выполнять их вместе. И это относится не только к бизнесу, но и к делам по дому. Разбейте вашу деятельность на 5-6 ключевых направлений и каждый день недели посвятите одному важному направлению. Конечно, ваш бизнес может сильно отличаться от моего (я занимаюсь onlineбизнесом, веду в Интернете проект по дистанционному обучению), но, узнав принцип, вы сможете скорректировать и свою рабочую неделю, учитывая особенности именно вашего бизнеса.

В течение дня выполняйте основное и главное дело — одно из ключевых направлений. Также оставьте время на выполнение срочных дел и текучки. При этом помните, если дело не является срочным, лучше оставить его до того дня недели, который посвящен подобным делам.

### Понедельник



Понедельник посвящаем аналитике, подведению статистики за неделю, а по окончании более длительных периодов — месяца, квартала, года — итогам за эти периоды. Не стоит недооценивать важности поведения итогов, статистики и аналитики. Именно на основе статистики можно делать наиболее обоснованные выводы относительно того, что предпринять далее для развития вашего бизнеса в желаемом направлении. Это помогает мыслить трезво и принимать решения объективно, основываясь на цифрах.

Для анализа вы можете воспользоваться готовыми программами или

изобрести свои, в том числе — разные формы учетных таблиц в Excel. Если вы ведете бизнес через интернет, вам не обойтись, например, без Google Analytics, т.к. этот инструмент наиболее правдиво расскажет вам, на чем нужно сфокусировать свои ресурсы по привлечению и удержанию целевой аудитории. Привлекает ли ваш сайт внимание, либо наоборот, — отталкивает посетителей. Сразу ли люди уходят или остаются с вами надолго, становятся ли вашими покупателями.

### Вторник



Во вторник отправляемся на поиск идей. Интернет в этом плане — просто кладезь. Пройдитесь по сайтам конкурентов, посмотрите, что нового появилось у них, посмотрите, чем интересуются ваши клиенты, в том числе, и потенциальные. Введите в поисковики свои ключевые фразы из области вашего бизнеса и смежные с ними. Вам, наверняка, в голову придет гениальная идея. Трезво оцените ее жизнеспособность и действуйте до результата. Помните, что все открытия и изобретения сначала пришли в голову в виде идеи, а потом в результате действий о них узнали другие.

И если вы не реализуете свою идею сейчас, через некоторое время, она придет в голову другому. И ему не нужно быть умнее или опытнее вас. Будучи всего лишь более решительным и активным, он внедрит ее и заработает на этом деньги, славу и т.п.

### Среда



Средуя предлагаю посвятить созданию нового. У вас есть статистические данные относительно развития вашего бизнеса, вы нашли много идей, а сейчас — приступаем к их реализации.



Возможно, для того чтобы идеи стали жизнеспособными, уйдет не одна среда. Важно начать действовать и завершить, когда один из этапов реализации идеи будет доведен до логического конца, а вы получите первый промежуточный результат.

доведите до любого промежуточного результата и закрепите его.

## Четверг



В четверг уделите время работе с клиентами и партнерами. Проанализируйте, как можно укрепить и усовершенствовать ваши партнерские взаимоотношения. И это не обязательно может быть прямой контакт с партнерами. Возможно, вы поработаете над улучшением предложения для потенциальных партнеров, усовершенствуете условия, разработаете новый способ привлечения партнеров.

Что вы можете сделать для клиентов, как автоматизировать работу с ними, повысить эффективность. Используйте найденные во вторник идеи в области новых источников привлече-

ния клиентов и деловых партнеров.

**В течение дня выполняйте основное и главное дело — одно из ключевых направлений.**

**Также оставьте время на выполнение срочных дел и текучки.**

Есть идеи, для внедрения которых хватит и нескольких минут или часов. Например, вы придумали, какую полезную статью можно написать или выпустить электронную мини-книгу, или снять интересный видео-ролик. Не откладывайте! Действуйте прямо сейчас!

Кроме того, я заметила, что когда я, не откладывая, реализую идеи, их у меня появляется все больше и больше. А наличие серии успешных результатов дает отличное подкрепление самооценке и уверенности в себе! Обязательно

Составьте несколько типовых ответов на частые запросы клиентов, чтобы экономить свое время. Получайте от клиентов обратную связь, собирайте ее в отдельной папке в электронной почте или в файле. Поощряйте клиентов давать обратную связь и отзывы. Вы всегда можете давать ценный бонус за отзывы. Благодаря вашему конструктивному отношению к пожеланиям и другой обратной связи от клиентов, ваш бизнес растет и развивается.

## Пятница



В пятницу завершаем недоделанное в течение недели. Устранению незавершенки следует уделить целый день. Это важно, т.к. незавершенные дела сильно отнимают наши внимание и энергию, хотя сознательно часто мы даже можем этого не замечать. Если сесть и записать список незавершенных дел, иногда и страницы А4 не хватит. Поразительно то, что некоторые из них можно доделать за несколько минут или часов, а не откладывать месяцы и годы.

Введите себе в привычку анализировать незавершенку и доделывать. Когда вы на еженедельной основе доделываете свои дела, то они не накапливаются у вас, и вы можете двигаться дальше, не обременяя себя грузом долгов и чувством вины. Кроме того, энергию, которую раньше мы тратили на то, чтобы помнить о наших «хвостах», вы можете направить

обучением и развитием. Читайте книги, статьи, посещайте блоги, форумы по вашей профессиональной тематике, рассылки, послушайте полезные подкасты, посмотрите видео. В современном информационном мире человек, который не уделяет время собственному развитию, рубит сук, на котором сам сидит.

## Воскресенье



Воскресенье — отдых! Не пренебрегайте отдыхом. Желательно посвятить этому целый день и сменить образ деятельности. Обязательно сделайте в этот день что-нибудь для души: почитайте приятную книгу, сходите в бассейн, погуляйте на природе, — одним словом, сделайте то, что позволит вам восстановить свои силы и настроиться на следующую успешную неделю.

Таким образом, посвящая каждый день одному из важных блоков вашего бизнеса, вы будете эффективно двигаться, достигая одну цель за другой.

И здесь важно добавить еще следующее пра-

вило: начинайте с ключевого блока дня, не прерывайтесь, пока не завершите полностью дневной блок. Только после того, как вы поставили точку или хотя бы запятую, переходите к текущим делам.

Оставляйте ваши комментарии, также буду рада получить их по почте: [larisa@discret.com](mailto:larisa@discret.com)

**Для того чтобы не только начать планировать, но также жить и работать по созданному плану, требуются немалые усилия и самодисциплина.**

**Однако, поверьте, результат стоит того!**

на созидание, т.е. у вас появляется больше сил и возможностей для реализации задуманного.

Вспомните, какое ощущение легкости и избавления появляется у вас, когда вы наконец-то завершаете какое-то отложенное дело. И в вашей жизни появится больше результатов!

## Суббота



В субботу займитесь собственным

**Успешно-  
го вам пла-  
нирования и са-  
модисциплины  
– следовать сво-  
им планам!**

**О**дин из читателей моего блога задал мне интересный вопрос – «Почему, когда начинаешь планировать свою жизнь, формулируешь цель и составляешь подробный план ее достижения, пропадает желание что-либо делать?».



# МНОГО ПЛАНОВ — МАЛО ДЕЛА ПОЧЕМУ?



СВЕТЛАНА НЕКРАСОВА  
консультант по личному  
планированию,  
тренер и коуч  
персонального развития,  
автор блога о саморазвитии  
**«С чистого листа.  
Меняем себя и свою  
жизнь»**  
smile.sova@gmail.com

Такой вопрос я слышу не в первый раз, задавала я его и сама себе. В этой статье я хочу на него ответить.

Я ВИЖУ ТРИ ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ:

- 1.** Планирование ради планирования
- 2.** Слабая самодисциплина
- 3.** Некорректное планирование

## Планирование ради планирования

Для эффективной жизни планирование просто необходимо, но порой мы так увлекаемся этим процессом, что составление планов становится нашей самоцелью. Выделяешь время, много думаешь, записываешь, что необходимо сделать, затем довольный проделанной работой закрываешь тетрадь и ... забываешь.

Усердно составляя план, создается ощущение завершения важного дела, появляется удовлетворенность собой,





но это лишь самообман. Просто составление планов вас ни на шаг не приближает к цели. Помните, успех приходит не тогда, когда вы планируете, а тогда, когда вы делаете запланированное. Ключевое слово - **ДЕЛАТЬ!!**

Если вы начали замечать, что для вас план важнее цели, то срочно сделайте паузу и пересмотрите свое отношение к процессу планирования. Он должен помогать на пути к цели, а не становиться самоцелью.

Или иначе: ты записал свои планы на лист, но не заглядываешь в него,

### КАК РАБОТАТЬ С ПЛАНОМ?

■ составлять ежедневно (желательно вечером), тогда с утра можно не задумываясь делать, делать и еще раз делать все записанное. Размышления оставьте на вечер, когда вновь будете планировать новый день.

■ иметь всегда при себе. Сейчас многие используют для этого телефоны или другие мобильные устройства. Я же по-прежнему пользуюсь небольшим блокнотом. Выбирайте как вам удобно, главное, чтобы план был под рукой.

■ регулярно заглядывать в него, даже если помнишь перечисленные дела. Я просто обожаю вычеркивать дела из своего списка. Думаю, вы не исключение) Еще могу предложить рисовать напротив выполненного дела смайлики, а вечером посчитать, сколько улыбок вы заработали и похвалить себя.

так как примерно и так знаешь, что необходимо сделать. Делаешь одно, второе дело и позволяешь себе расслабиться, забыв, что запланировал на сегодня в разы больше. В данном случае, нет привычки работать с планами, а ведь это не менее важно.

## Слабая самодисциплина

Написать цели на бумаге — это одно, а вот выполнить все задуманное же сложнее. Как часто бывает, мешает нам банальная лень и отсутствие личной дисциплины.

Например, хотите вы иметь автомобиль. Вы точно знаете, что это будет за автомобиль и даже ходили в салон, чтобы посидеть за рулем и помечтать. Вот она желанная цель!

Далее вы садитесь за письменный стол и подробно расписываете план действий: сколько денег вам необходимо и где их взять. Вы полны решимости и расписываете свои действия на несколько недель вперед. Но наступает утро...

...В шесть часов звонит будильник, и вся ваша решимость улетучивается. Эта далекая цель о собственном автомобиле уже совершенно не мотивирует. Автомобиль кажется несбыточной мечтой, а разработанный с вечера план — бредом. Сейчас хочется спать, и вы представляете будильник еще на пару часов вперед... И так изо дня в день...

Это стандартная ситуация. Действительно, реальность такова, что мы не можем жить лишь иллюзией будущего счастья. Эту иллюзию необходимо подкреплять. Как? Очень просто — необходимо много трудиться! Волшебной таблетки нет! Для того чтобы цели достигались, необходимо делать ежедневные шаги. Через лень, через плохое настроение, через недоверие друзей, через «не хочу». Запомните: «Ключ к успеху лежит в действии» (Брайн Трейси).

Вы наверняка знаете, что ракете, для того чтобы оторваться от земли и выйти в открытый космос необходимо затратить в несколько раз больше энергии, чем для всего путешествия на много миллионов километров.

Так же и в ситуации по достижению цели — самое сложное сдвинуться с места. Именно здесь важно проявить высокий уровень самодисциплины, без оглядки браться за самые сложные дела и не делать себе поблажек! Ваши старания будут вознаграждены.

**ЦЕЛЬ** - это магнит, который должен вас притягивать к себе. Чем дальше вы находитесь от него, тем слабее его воздействие.

Но как только вы начнете следовать своим ежедневным планам по достижению цели, как только у вас появятся первые успехи, ваша мечта начнет приобретать реальные очертания и с каждым шагом она будет все ближе.

Вам в спину начнет дуть попутный ветер, который будет подталкивать вас вперед. Вот тогда вставать в шесть утра (если это требуется для достижения цели) будет намного веселее, вы будете более уверенными и смелыми в своих действиях, а планы будут все грандиознее. Шаг за шагом вы будете продвигаться к своей цели, и с каждым шагом попутный ветер будет все сильнее, а цель все ближе.

Написать цели на бумаге — это одно, а вот выполнить все задуманное же сложнее. Как часто бывает, мешает нам банальная лень и отсутствие личной дисциплины.



сроки оказываются нереальными, а список дел просто неподъемным. В итоге в первый день (когда мотивация еще есть) план выполняется на 80-100%, во второй день - на 50-60%, а в третий всего лишь на 20-30%. Соответственно чем меньше

В то же время чем ближе вы будете подбираться к цели, тем сильнее она будет вас притягивать к себе. Напоминаю, цель - это магнит, который обязательно притянет вас к себе, если вы движетесь в правильном направлении. Выбрать правильное направление - это еще один важный момент.

### Некорректное планирование

Третья и последняя причина, которую мы рассмотрим в рамках ответа на вопрос «почему, чем больше планирую, тем меньше делаю»

Когда мы составляем перечень дел на день на бумаге и компьютере, мы склонны преувеличивать свои возможности. Зачастую

ше успеваем сделать сегодня, тем меньше мотивации на завтра, а дел необходимо сделать еще больше...

В общем, если долго гнаться за своими необоснованно загруженными планами, то можно не просто потерять интерес к цели, но и заработать депрессию в связи с потерей веры в себя. Здесь никакая сила воли и дисциплина не поможет!

Попробуйте сделать планы комфортными для себя.

Комфортными - это не значит свести перечень задач к минимуму. Комфортными - значит позволяющими держать любую ситуацию под контролем и при этом получать удовольствие от жизни.

**Как только вы начнете следовать своим ежедневным планам по достижению цели, как только у вас появятся первые успехи, ваша мечта начнет приобретать реальные очертания с каждым шагом она будет все ближе.**

*«Самый «средний» план, но выполненный тщательно, гораздо лучше, нежели самый блестящий план, для реализации которого было сделано немного. Для тех, кто стремится к успеху, залогом его является деятельное исполнение запланированного.»*

**Брайан Трейси**





## ЗАКОНЧЕННОСТЬ ПРОТИВ СОВЕРШЕНСТВА

СТИВ ПАВЛИНА

<http://www.allstevpavlina.ru>

**С**уществует большая разница между законченным проектом и проектом, доведенным до совершенства. Стремление добиваться совершенства (перфекционизм) часто двигает проект в обратную от завершения сторону.

Конечный продукт не обязан быть идеальным, чтобы принести положительные результаты. Однако проект обязательно должен быть законченным.

Посредственный, но законченный сценарий имеет шанс стать фильмом. Прекрасно проработанный, но не доделанный до конца текст — не имеет шансов.

Не полностью отлаженная, но написанная до конца компьютерная

программа может оказаться полезной клиентам и начать продаваться. Многофункциональные, но постоянно находящиеся в стадии доработки части программы, скорее всего, не будут продаваться вообще (QuickBooks — исключение, только подтверждающее это правило).

Завершение создает результат. Совершенствование отодвигает или полностью убивает результат.

## Совершенствование против наведения глянца

Стремление к совершенству и наведение лоска — разные вещи. Полировка законченного проекта идет ему на пользу до тех пор, пока процесс наведения глянца не вызывает необоснованных задержек выпуска продукта или не приводит к остановке выпуска. В большинстве случаев завершающая полировка может быть сделана уже после объявления продукта законченным. Книга может быть исправлена в последующих изданиях. Песня может выйти повторно в виде «ремейка». Вебсайт может обновляться после выхода постоянно в онлайн-режиме.

Я преуспел как блоггер потому, что я публикую статьи, а не потому, что я пишу их. У меня нет ощущения, что каждая моя статья прекрасна. Но я заставляю себя публиковать написанное, даже если результат далек от совершенства. Постоянство выхода публикаций представляет ценность для людей, создает трафик и приносит мне доход. Мой вебсайт также далеко не идеален, но его функционала хватает, чтобы донести мои идеи до людей. Это гораздо лучше, чем идеальный сайт с превосходным содержанием, выпуск которого отложен на неопределенный срок.

## Стандарты для завершения

В то время как придерживаться высоких стандартов качества, несомненно, здорово, следует задуматься, как следование этим стандартам влияет на выпуск конечного продукта.

Не ставите ли вы себе нереальные стандарты качества? Не мешает ли следование этим правилам выполнять работу, необходимую для завершения проекта?

Если вы утверждаете, что ваши стандарты высоки, а выход продук-

ции не удовлетворяет спрос, я берусь предположить, что вы ошиблись при выборе критериев. Какой толк в стандарте, если он не приводит к результату?

Убедитесь, что ваши критерии помогают вам двигаться в направлении получения результата. Когда вы собираетесь представить публике что-то законченное? Как вы планируете завершить работу над продуктом и начать его выпуск?

## Иллюзорные стандарты

Вымышленные стандарты — одна из причин самообмана, вводящая вас в заблуждение, что вы производите нечто невероятно высококачественное, обладающее огромной ценностью. На деле же вы в разумные сроки не выпускаете вообще никакого готового продукта.



Одна из причин, по которой люди придумывают нереальные нормы качества в том, что они боятся выпуска конечного продукта.

Многих пугает перспектива представить рынку неидеальный продукт. Пока вы продолжаете работать над проектом, который еще не представлен публике, вы поддаетесь иллюзии, что когда финальный релиз будет готов, он будет безупречен.

Правда в том, что когда вы представляете пользователям готовую версию продукта, она никогда не заслуживает высшей оценки и благодарности клиентов. Кто-нибудь всегда найдет к чему придираться. Такова человеческая натура.

Если вы выпускаете кинофильм, люди будут давать на него негативные отзывы. Если публикуете книгу, критика неизбежна. Если вы откроете вебсайт, всегда найдутся люди, которым он не понравится.

## Оценка реакции на выпущенный продукт

Если вы ожидаете, что все отзывы на выпущенный вами продукт будут лишь положительные, это подпитывает ваше чувство перфекционизма, и вы рискуете откладывать выпуск продукта бесконечно.

Правда в том, что выпуск любого продукта вызывает как положительные, так и отрицательные отзывы о нем.

Даже если ваш проект действительно хорош, лучшее, на что вы можете надеяться, — это, что количество положительных отзывов перевесит негативные. Но не будьте так наивны, чтобы предположить, что вам удастся избежать негативных высказываний.

Недавно я прочитал биографию DepecheMode, моей любимой музы-



кальной группы. Учитывая их огромную популярность и десятки миллионов проданных дисков, можно сказать, что они были одной из самых успешных групп всех времен. Но всякий раз, когда они выпускают новый альбом, кто-то из музыкальной прессы обливает их грязью. Независимо от того, что они сделают, некоторые влиятельные критики оценят их творение на «1» (или «2») по 5-бальной шкале. Группа постоянно получает резкие отзывы.

Разумеется, они также получали огромное количество положительных оценок, но всегда находился умник, желающий раскритиковать их работу. Некоторые из их наиболее популярных песен, такие как «MasterandServant» и «BlasphemousRumours» в ряде мест были даже запрещены, поскольку казались слишком спорными и неполиткорректными. Из-за этого они постоянно теряли большую часть потенциальной радио-аудитории.



И все же, несмотря на это и многие другие трудности, они продолжали записывать большое количество музыки и были невероятно популярны. Огромное количество музыкантов признают, что DM была группой, оказавшей на них наибольшее влияние.

Разумеется, у группы были свои взлеты и падения (зависимость от наркотиков, попытка самоубийства, разводы, депрессии, внутренние конфликты, и т.д.), но, несмотря на все эти проблемы, они смогли объединить свои усилия, записать песни и представить их публике. Не все их песни совершенны (за исключением песни «Совершенство» (Perfect), наверное), но группа была хорошего мнения о своих песнях, и в результате альбомы были выпущены. Иногда это было для них очень трудно, но ребята продолжали записывать новые композиции, вместо того чтобы откладывать наполовину готовые песни «до лучших времен»

**Им удалось создать большое количество общепризнанных хитов. И все же при выходе каждого хита находились критики, начинающие свои обзоры словами «Эта песня оказалась полным провалом, и вот почему...»**

Некоторые песни DM достаточно посредственные, но, продолжая записывать и выпускать еще и еще, им удалось создать большое количество общепризнанных хитов, таких как

«EnjoytheSilence». И все же при выходе каждого хита находились критики, начинающие свои обзоры словами «Эта песня оказалась полным провалом, и вот почему...»

### Более реалистичное представление успеха

Добиться успеха в любом предприятии невозможно без приложения усилий. Розы всегда окружены шипами.

Когда вы доведете до ума какой-либо серьезный проект и будете пожинать плоды успеха от результатов работы, вы непременно столкнетесь и с негативными последствиями, шествующими бок о бок с удачей. Образно говоря, вам придется потратить некоторое время, чтобы разобраться с «шипами».

Это не является неразрешимой проблемой. С шипами можно (и нужно) разбираться. Однако важно сразу осознать и принять, что шипы существуют, и иногда придется иметь с ними дело.

Стремление к совершенству можно рассматривать, как нежелание иметь дело с шипами, обрамляющими успех. Поскольку шипы обычно неизбежны, единственным способом их избежать является отказ от самого успеха. Когда вы на сознательном уровне не понимаете, что сопротивляетесь успеху по этой причине, это проявляется как перфекционизм. Это дает вам ощущение, что вы работаете в направлении желаемого результата, но на самом деле все ваши проек-



ты никогда не увидят свет. Именно вы являетесь тем, кто на подсознательном уровне пускает их под откос.

У меня есть много друзей, которых принято считать очень успешными, и все они постоянно имеют дело с шипами. Некоторые из них авторы международных бестселлеров. Они были на шоу Опры Уинфри (Oprah Winfrey), и уровень их жизни очень высок. Однако, в дополнение к этому, они вынуждены иметь де-

ло с напряженным графиком поездок и огромным количеством встреч с людьми, которым от них что-то нужно. Если бы вы знали их, вы никогда бы не сказали, что их жизнь прекрасна. Но они способны получать колос-

сальное удовлетворение, достигая новых целей и завершая очередные проекты. Большинство авторов, с которыми я знаком, буквально светятся от счастья, когда заканчивают новую книгу.

## Позитивное отношение к темной стороне успеха

Когда вы более реалистично смотрите на успех, вам становится легче доводить до конца свои проекты. Стремление к совершенству оказывается гораздо меньшей проблемой, когда вы вместе с позитивной реакцией окружающих также готовы принять и негатив.

Когда бы я ни публиковал свою новую статью, я знаю, что найдутся люди, которым она не понравится. Даже когда я чувствую, что приоткрыл завесу великого знания, я уверен, что найдутся люди, считающие, что это отстой. Некоторые люди раскритикуют мою статью в своих блогах. Время от времени кто-то даже начинает вести свой собственный блог только для того, чтобы критиковать написанное мной. Я безоговорочно принимаю все это, т.к. это побочная сторона успеха. Эти шипы достаются мне с розами, которые я получаю. Если бы я потерпел неудачу, шипы тут же пропали бы.

Я нашел для себя способ уберечься от негативных аспектов успеха - шутовское отношение к ним. На мой взгляд, неразумно воспринимать себя слишком серьезно. Если мы целиком и полностью признаем и примем, что успех, по определению, включает в себя некоторые недостатки, мы сможем расслабиться и насладиться творческим процессом без излишнего напряжения или препятствий. Это как признание того, что если вы вы-

**Стремление к совершенству оказывается гораздо меньшей проблемой, когда вы вместе с позитивной реакцией окружающих также готовы принять и негатив.**





Если вы с иронией будете смотреть на негатив, вы не увидите в нем большой проблемы. Ваша реакция станет более нейтральной. Можно натренировать себя до того, что вы станете получать удовольствие от того, что раньше считали отрицательным событием.

играете в лотерею, то потеряете значительную часть вашего выигрыша на налогах, а ваши старые друзья могут изменить свое отношение к вам. Если вы убедите себя, что это нормально, вы сможете наслаждаться победой без гнетущих раздумий над последствиями.

Перфекционистов пугают негативные аспекты успеха, такие как перевод проекта в завершённую стадию и вероятная критика со стороны босса или выпуск книги и получение негативных отзывов. Но, если вы посмотрите на эти страхи с улыбкой, от них не останется и следа. Гораздо легче завершать проект без страха перед негативной реакцией общественности.

Один из способов, которым я баловался в прошлом, состоял в том, чтобы преднамеренно писать статьи, которые, как я ожидал, вызовут у публики негативные отклики. Я продолжал думать, что статьи интересные и обладают некой ценностью, но

на момент публикации я полагал, что они не понравятся большинству читателей. Я относился к их публикации, как к тренировке собственного мужества, пытаясь побороть свою боязнь отрицательной обратной связи. Я предполагал, что это, в конечном счете, поможет мне писать лучше, т.к. я стану более подготовлен пойти на риск, вместо того чтобы стремиться к спокойствию. Как я и предполагал, эти статьи вызвали шквал негативных комментариев. Но, с другой стороны, некоторым людям они понравились. По иронии судьбы одна из таких статей (10 причин, перестать ходить на работу) стала самой популярной моей работой. Относясь с улыбкой к негативным аспектам успеха, я фактически привлек больше положительных аспектов в свою жизнь.

Оглядываясь назад, хочу признать, что это был очень полезный опыт, поскольку он помог мне подготовиться к публичному исследованию широкого круга тем.



Относитесь к этому процессу, как к прививке от негативных последствий успеха. Если вы с иронией будете смотреть на негатив, вы не увидите в нем большой проблемы. Ваша реакция станет более нейтральной. Можно натренировать

себя до того, что вы станете получать удовольствие от того, что раньше считали отрицательным событием. Например, вы можете научиться ценить дополнительную рекламу, ссылки и трафик, который приносят вам ваши критики.

## Удовольствие от пересечения финишной черты

Когда бы вы не финишировали, результат некогда не будет идеальным. Оглядываясь назад, вы всегда будете ощущать, что могли бы сделать лучше. Но праздновать победу и радоваться окончанию проекта следует в любом случае.

Десять лет назад я пробежал Лос-Анджелесский марафон. Мои результаты были хуже некуда, т.к. я бежал с травмой колена (оглядываясь назад, согласись, что это было не самое правильное решение) и страдал от боли большую часть забега. Кроме того, первые два часа шел дождь, и я бежал в пластиковых пакетах на ногах, но обувь все равно промокла. Но, несмотря ни на что, я пересек финишную черту и получил медаль участника. Несколько недель после этого я не мог бегать вообще, но я был рад, что все-таки не сошел с дистанции и завершил состязание.



В принятии отрицательных аспектов успеха есть польза, поэтому не сопротивляйтесь успеху. Но

в то же время мы можем сосредоточить большую часть нашего внимания на положительных аспектах. Смиритесь с наличием шипов и позвольте розам вдохновлять вас.

**Ваши результаты никогда не будут идеальными, тем не менее хороший результат гораздо лучше отсутствия результата.**



ПУШКАРЕВА ЕКАТЕРИНА  
 Блог: [ekaterinapushkareva.blogspot.com](http://ekaterinapushkareva.blogspot.com)  
 E-mail: [e.s.pushkareva@gmail.com](mailto:e.s.pushkareva@gmail.com)

# ПРИНЦИПЫ СЧАСТЬЯ

**В** детстве мне казалось, что всегда не может быть всё хорошо, и я сравнивала жизнь и перемены в ней с пешеходным переходом, полоска белая, полоска черная. После хорошей оценки я понимала, что проигрыш на спортивных соревнованиях практически закономерность, и после него будет обязательно что-то хорошее, но родители переменяли взгляд на мир и при каждом событии, не важно плохом или хорошем они повторяли «Всё, что не делается, всё к лучшему!». Данное выражение настолько быстро вошло в мою жизнь, что я иду с ним по жизни теперь всегда и абсолютно уверена, что жизнь всегда преподносит нам перемены, в которых кроется абсолютно много новых возможностей. После прочтения нескольких десятков книг о счастье, изучения позитивной психологии и практики разных методик, я взяла самые простые и нужные принципы, которые позволяют чувствовать себя счастливым каждый день.

«Большинство людей счастливы настолько, насколько они решили быть счастливыми!»

Авраам  
Линкольн

## Жить настоящим

Несколько месяцев назад посмотрела фильм «Мирный воин», который произвел на меня очень сильное впечатление. Фильм основан на автобиографической книге Дэна Миллмена «Путь Мирного Воина», эта история о силе человеческого духа и жизни только настоящим. В этом фильме Дэн Миллмен - талантливый гимнаст, у которого есть всё. Он получает хорошие оценки в колледже, легко знакомится с девушками, успешно тренируется для Олимпиады. Но в один миг его мир переворачивается с ног на голову, когда он встречает таинственного незнакомца, которого он назвал Сократом. «Сократ» становится наставником Дэна, чтобы провести по разным путям его жизни. Дэн попадает в аварию и страдает от серьезной травмы, и с помощью «Сократа» и таинственной молодой девушки он приходит к осознанию, что сила духа и есть то, что ведет человека к его истинному величию. Он понимает, что должен отпустить личность, которой, как он думает, он был, и должен начать жить в этом моменте, ценя сам процесс и принимая неподконтрольность будущего.

Через фильм прослеживается основная мысль, что счастье ЗДЕСЬ и СЕЙЧАС и самое главное в жизни ЭТОТ МОМЕНТ! Очень рекомендую к

просмотру данный фильм, который открывает новые грани жизни.

Мы можем изменить только настоящее, прошлое уже прошло и повлиять на него мы никак не в силах, поэтому тратить время, энергию и силы на него бессмысленно, ровно также как и возлагать большие надежды на будущее. Если хочешь, что-то изменить начни это делать прямо сейчас, не откладывая на завтра.





## Управлять своими эмоциями

Для того чтобы быть всегда в хорошем позитивном настроении, нужно понять самое главное, что именно Вы создатель и творец своего настроения, и никто другой не может влиять на Вас. Только Вы определяете хорошо или плохо прошел день, хорошая ли погода на улице и как настроены люди окружающие Вас. Чаще всего эмоциональное состояние людей, которых Вы встречаете по дороге домой, в магазинах, в банках очень хмурое и угрюмое, и есть очень большое желание поддаться общему влиянию и сменить улыбку на лице на грустное выражение. В таких ситуациях Вы должны показывать всем пример своей жизнерадостной улыбкой. Мозг не различает настоящая улыбка или искусственная, и даже уставший после трудового дня Вы должны улыбаться, и как только Вы начнете улыбаться общее физическое самочувствие

значительно улучшится и настроение у людей вокруг будет подниматься. Не раз замечала, что улыбаясь незнакомому человеку в 99% случаев получаешь улыбку в ответ.



## Заниматься любимым делом



Когда я путешествовала по Италии, на пути из Венеции в Рим мы с группой смотрели фильм с Адриано Челентано «Укрощение строптивого», в одной из сцен на вопрос о том, как он не устает трудиться сутками напролет Челентано ответил «Отдыхаешь тогда, когда работа не нравится!». И после этого выражения я не могла думать не над чем другим, кроме размышлений об этом, и ведь действительно, когда у тебя есть твоя любимая работа или дело, которое тебя вдохновляет ты не устаешь, тебя переполняет энергия, которая дает силы на занятие любимым делом. Хобби, которое окажется



Вам по душе может быть совершенно любым, главное, чтобы оно Вам нравилось и приносило радость. Так уже более года я помимо своих хобби стараюсь каждый месяц изучать что-то новое и для меня это уже превратилось в определенное хобби «Изучение нового». За год я успела: выучиться на курсах профессионального массажа,

пройти курс холодного батика, изготовление новогодних игрушек из полимерной глины, на этом список не заканчивается. Этим я хочу показать, что хобби может быть любое от танцев до вышивания крестиком, главное пробовать, учиться и тренироваться и тогда обязательно Вам найдется что-то по душе.

## Изменять себя, а не других

Как часто кажется, что другие вокруг делают что-то не правильно и не так как нам бы этого хотелось. И в данных ситуациях чаще всего появляется желание изменить другого человека, но все изменения мы должны делать только в нас самих. Не нужно стремиться изменить конкретных людей, достаточно изменить себя, чтобы прошли желательные для нас перемены в окружающих людях. Всё, что нас окружает и в радости, и в печали, является отражением тех внутренних установок, которыми мы, осознанно или нет, руководствуемся. Признать это не всегда легко, и особенно трудно согласиться, что мы находим в других людях наше отражение себя. Вселенная отвечает на наши поступки словно зеркало, какие гримасы состроите, такие и получите в ответ. Самый верный способ сформировать положительные привычки у друга/знакомого приобрести их сначала самим. Составьте список черт и привычек, которые Вам бы хотелось видеть в близком человеке, и начните воплощать их в себе, результат Вы заметите очень скоро!



«Не пытайтесь изменить любимого человека, просто сделайте его счастливее!»

Стивен Кови

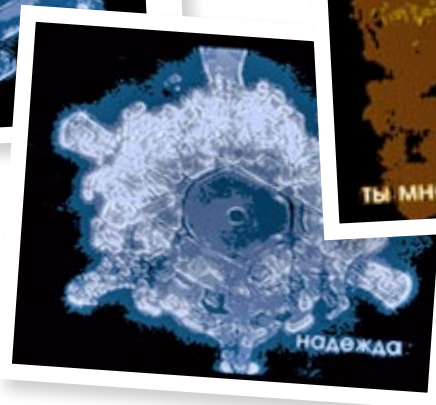


# Благодарите

Вовсе не обязательно, что у «счастливых без причины» людей больше причин для благодарности, просто они чаще в течение дня сосредотачиваются на ней. Разница состоит в том, кто, на что направляет свое внимание. Казалось бы, как такая простая вещь, как благодарность, может принести нам больше счастья в жизни? Ответ заключается в «законе притяжения». Если Вы хотите, чтобы в Вашей жизни случалось больше хороших событий, перестаньте сосредоточивать свою энергию на препятствиях и проблемах, обратите внимание на то, что у вас уже есть хорошего. Это автоматически привлечет больше хороших вещей в вашу жизнь.

Благодарность не только важна для ощущения «счастья без причины», но она положительно влияет на здоровье. Недавнее исследование, проведенное доктором Майклом Маккаллофом из Университета Майами, показало, что у людей, которые испытывают благодарность, больше оптимизма и радости, они меньше подвержены стрессу и депрессии, чем остальное население в целом.

Как показал эксперимент доктора Роберта Эммонса из Калифорнийского университета в Дэвисе, у людей, которые вели «дневники благодарности», то есть записывали каждую неделю все, за что они благодарны судьбе, здоровье было значительно лучше, они оптимистичнее смотрели на вещи, регулярнее упражнялись в выражении признательности и считали себя счастливее, чем люди, которые не вели таких дневников благодарности. Эти исследования подтверждают, что бла-



годарность создает энергию, которая благотворно влияет на здоровье. Ключ к разгадке этого феномена можно найти в наводящей на размышления работе доктора Мазуры Эмото.

Впервые я узнала о докторе Эмото и его удивительных исследованиях из фильма «Какие звуковые сигналы мы знаем?». Используя ускоренную киносъемку, он показал, что кристаллы в замороженной воде принимают абсолютно разные формы, в зависимости от энергии, которую направляли на воду. В некоторых экспериментах доктора Эмото люди вставляли вокруг сосуда с водой и направляли на нее различные чувства. «Любовь и Благодарность» — красивая кристаллическая структура, которая образовалась под влиянием направленных на воду чувств любви и благодарности.

В отличие от этого «Я ненавижу тебя!» — структура, возникшая вследствие направленного на воду чувства ненависти и негативности.

**Счастье всегда с Вами!  
Если вы не увидите счастье в себе, то, как Вы его найдете в другом! Будьте счастливы!**



Сегодня на ваши вопросы отвечает карьерный консультант и наставник по поиску работы компании Job Search Coach Алия Беляева.



«Я читала, что когда отправляешь резюме на вакансию, нужно писать какое-то сопроводительное письмо. Что это за письмо и действительно ли обязательно его нужно писать?». **Маша**



«Сопроводительное письмо — это письмо, которое Вы отправляете работодателю вместе с резюме. Многие кандидаты отправляют резюме вложенным файлом, а сам текст письма или даже тему оставляют пустыми.

Если вы просто напишете сопроводительное письмо, то сможете выделиться среди 90% кандидатов, так как многие действительно этого не делают. А если составите его хорошо, то вероятность попасть на собеседование еще больше увеличится. Ведь цель отправки резюме — это приглашение на собеседование.

Кроме того, сопроводительное письмо — это возможность объяснить дополнительные моменты, которые не укажешь в резюме. Например, почему вы претендуете на вакансию без прямого опыта или у вас есть перерыв в работе.

По поводу того, из каких разделов оно может состоять, я писала в своем сообществе «Работа и карьера для женщин» в Живом Журнале, можете посмотреть здесь:

**[«Сопроводительное письмо — как его составить?»](#)**

Примеры шаблонов и даже аудио-урок вы можете найти в анонсе моего тренинга:

**[«3 шага к новой и любимой работе»](#)**

### АЛИЯ БЕЛЯЕВА

Карьерный консультант и наставник по поиску работы **Компания Job Search Coach**  
**Бесплатный базовый тренинг по поиску работы**



«Ищу новую работу около месяца, была на нескольких собеседованиях. Почти всегда в конце спрашивают, есть ли у меня вопросы. Как правило, достаточно подробно всё объясняют сами, поэтому говорю, что в общем все понятно, вопросов нет. А вчера подруга сказала, что это могут расценить, как будто мне вакансия неинтересна. Это правда?» **Ольга.**



Ваши вопросы возможному работодателю на собеседовании — действительно один из важных этапов переговоров. В том числе по ним оценивают мотивацию кандидата (что для него в первую очередь будет важно в работе). Для вас это — дополнительная возможность еще больше узнать о компании, о должности и обязанностях. К сожалению, часто бывает, что уже после выхода на новую работу узнаются не самые приятные детали. Поэтому используйте все возможности, чтобы собрать максимум информации о компании до того, как принять предложение (не только с помощью вопросов на собеседовании, но и через интернет, через знакомых и друзей).

По поводу самих вопросов: о заработной плате принято говорить ближе к концу собеседования. А среди первых вопросов можно задать, например, следующие:

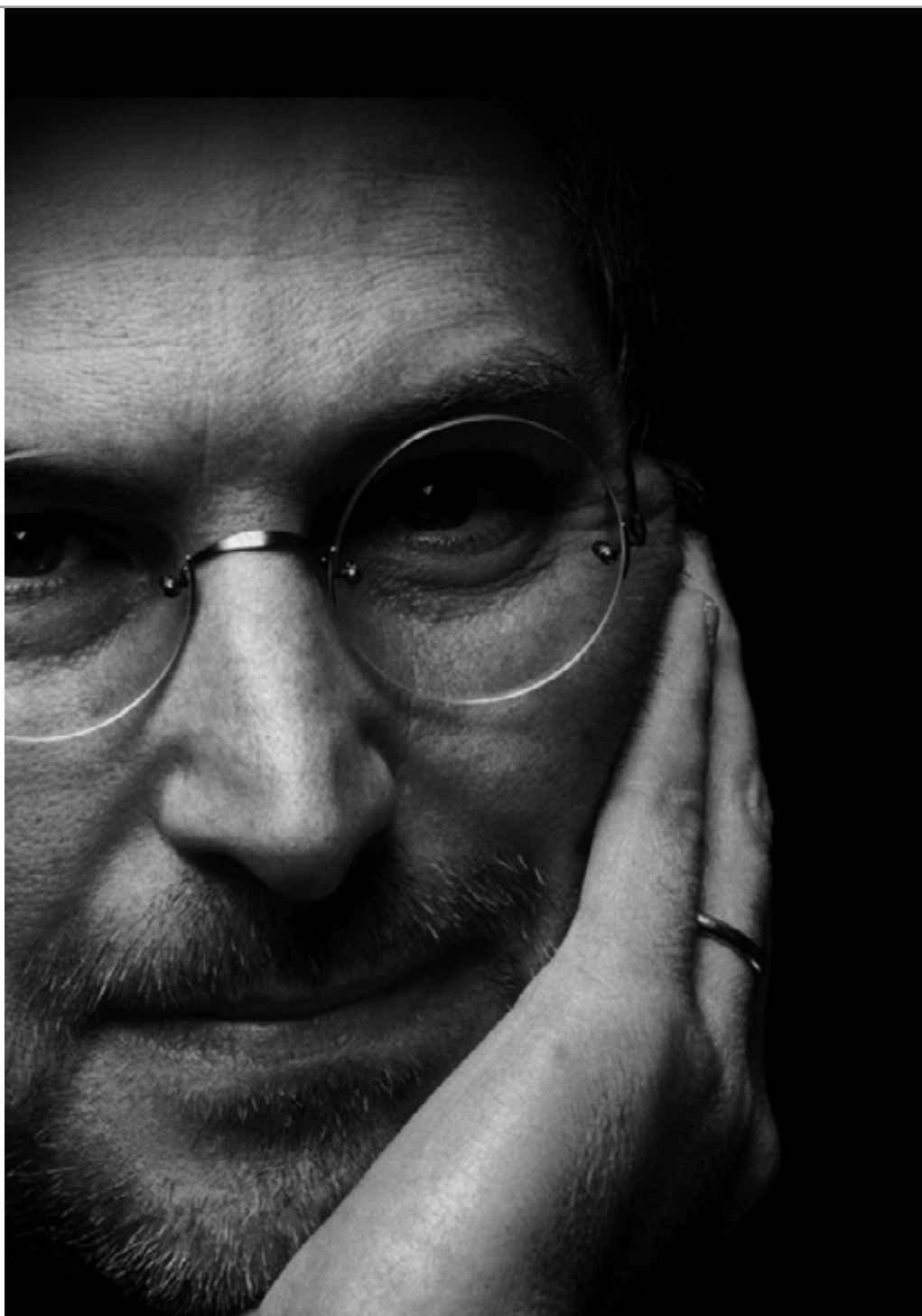
- Какие задачи будут на данной должности в первые полгода?
- Каковы ваши ожидания от человека на этой должности?
- По каким критериям будет оцениваться работа?

Если вы беспокоитесь, что можете забыть свои вопросы, можно написать их на бумаге и взять с собой на собеседование. По крайней мере, так вы будете себя чувствовать увереннее. Если совсем вопросы из головы вылетят, можно сказать, что ваши вопросы подготовили и сейчас посмотрите, не упустили ли какие-то моменты (ничего страшного, если посмотрите на них на бумаге).

Присылайте ваши вопросы на адрес [coach.kazan@jobsearchcoach.ru](mailto:coach.kazan@jobsearchcoach.ru), самые интересные будут опубликованы в следующем номере. Успешного поиска новой работы!



Сегодня мы предлагаем нашим читателям познакомиться с главой 11 книги-бестселлера Кармина Галло «**Правила Джобса**», которую выпустило издательство «**Манн, Иванов и Фербер**». «Я полагаю, что можно повторить опыт Стива Джобса в своем бизнесе, карьере и жизни, если понять семь принципов, которые его ведут. Те же принципы действуют в жизни других успешных индивидуумов и организаций», — пишет автор книги. И в этой публикации (глава называется «**Думайте иначе о дизайне**») мы раскроем один из этих принципов,



**СИЛА**

**ПРОСТОТЫ**

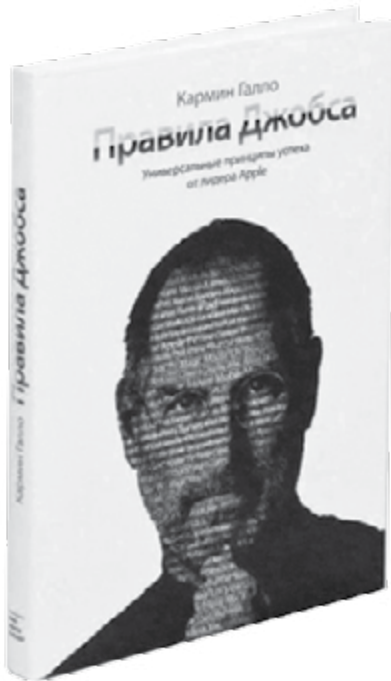
а также то, как его используют процветающие компании с совершенно разными продуктами. Может быть, он поможет и вам?

Кармин Галло «ПРАВИЛА ДЖОБСА»

«*Великое произведение искусства состоит не только из того, что вошло в окончательный вариант, но, что не менее важно, и из того, что не вошло.*»

Джим Коллинз





Чтобы вводить инновации, нужна храбрость, особенно если вы решили устранить беспорядок, заменив его «сфокусированным», простым и элегантным дизайном. В 2007 году дизайнеры Pure Digital были достаточно храбрыми, чтобы придумать инновационную идею, которая оживила находящуюся в застое товарную категорию видеокамер. Они решили создать самую простую камеру в мире. Видеокамера Flip мгновенно стала самой продаваемой камерой на сайте Amazon.com. Три года спустя она продолжает занимать первые строчки рейтингов продаж. На момент написания этой книги камеры Flip занимали шесть пунктов из десяти в списке самых продаваемых цифровых видеокамер (черная модель была на первом месте, следом за ней находилась белая модель). Всего через три года после дебюта Flip на рынке объем розничных продаж этого продукта, который некоторые люди из-за его простоты пренебрежительно называли игрушкой, достиг 36 процентов от общего объема продаж всех камер\*!

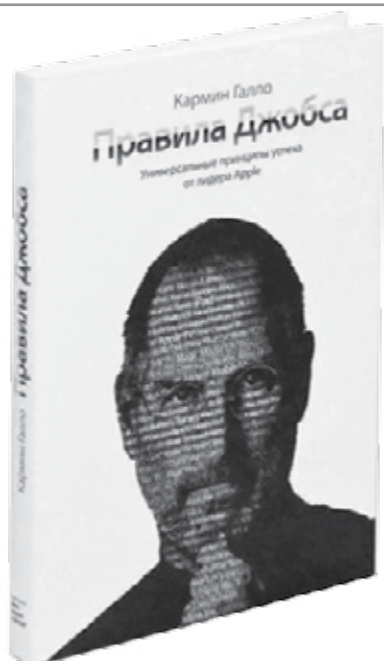
Скептики заявляли, что Flip никогда не достигнет успеха. Они говорили, что она слишком проста. Но разработчики Flip знали свое дело.

Они окружили себя продуктами Apple для вдохновения и прониклись духом Apple — чтобы создать сверхлегкий в использовании продукт. Успех камер Flip был по-настоящему феноменальным. Товарная категория видеокамер пребывала в застое несколько лет, до того как была представлена Flip. Немногие компании вводили инновации в этой сфере. Камера Flip изменила все. С 2008 по 2009 год рынок видеокамер вырос на 35 процентов, и на долю Flip приходилось 90 процентов роста! Как критики Flip могли так ошибиться? Они не думали так, как мыслит Стив Джобс.

## МАГИЯ FLIP

В 2009 году компания Cisco Systems купила создателя Flip, компанию Pure Digital. Я писал статью о компании для BusinessWeek.com, получив доступ к группе разработчиков проекта. Мне стало понятно, что основная масса бытовой электроники создается инженерами для инженеров. Результатом тому становится добавление возможностей — различных функций и девайсов, которые большинство пользователей едва ли когда-то захотят использовать. Дизайнеры Flip пошли в противоположном направлении. В основе создания Flip лежала философия, которая говорила, что каждая точка контакта с потребителем: упаковка, продукт и сайт — должна быть простой, элегантной и «сфокусированной». Следующие разделы описывают четыре дизайнерских принципа, подобных принципам Apple, которые помогли камере Flip завоевать сердца и умы потребителей.

\*Кармин Галло, «Уроки простоты от Flip», Bloomberg BusinessWeek, 17 февраля 2010, (по состоянию на 23 мая 2010).



## Подчиняйтесь «правилу тридцати секунд»

У дизайнеров Flip был тест: каждый раз, когда они создавали прототип и давали его кому-то, этот человек должен был быть способен включить его и поиграть с ним в течение тридцати секунд. Дизайнеры, стоящие за разработкой камеры Flip, так же не любили инструкции, как и Джонатан Айв. Их потребители должны были понимать продукт — и быть способными пользоваться им в течение тридцати секунд — без помощи инструкции.

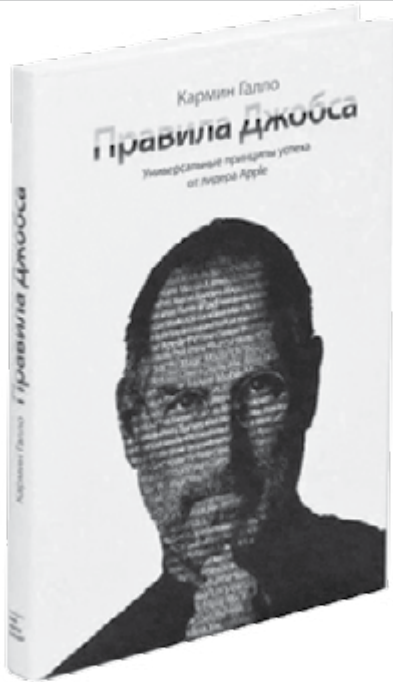
«Правило тридцати секунд» руководило многими дизайнерскими решениями, принимаемыми в отношении Flip. Воздерживаясь от добавления большого количества функций, дизайнеры ограничились в камере Flip четырьмя кнопками: «вкл./выкл.», «запись», «воспроизведение» и «удалить». Для поддержания простоты пользовательского опыта все необходимое встроено в корпус (включая USB-шнур для подключения устройства к компьютеру). Это позволяет поставлять камеру без установочного диска и кабелей. Саймон Флеминг-Вуд, старший директор по маркетингу потребительских товаров Cisco, сказал: «Наши конкуренты продолжают пичкать свои продукты функциями. У нас есть искушение играть в ту же игру, но мы не будем. Мы сосредоточены на пользовательском опыте, в то время как традиционные игроки, пришедшие с рынка цифровых камер, видят мир в пикселях и свойствах. Я рад, что они видят мир так, потому что этому отношению не хватает магии Flip».\*

## Предлагайте простую упаковку и инструкции

Отличительная особенность коробки Flip — то, чего в ней нет. Дизайнеры Flip совладали с искушением включить все инструкции в упаковку. «Мы хотим, чтобы люди забыли о технологии и наслаждались впечатлениями», — рассказал мне Флеминг-Вуд. Когда вы открываете упаковку, то видите, что производители Flip действительно покончили с толстыми руководствами для пользователя. Традиционные руководства по применению просто огромны, особенно с учетом того факта, что подавляющее большинство покупателей не используют многие дополнительные функции видеокамер и фотоаппаратов. Дизайнеры Flip всерьез рассматривали вариант поставки устройств бытовой электроники без инструкции по эксплуатации. Но в итоге они решили включить в упаковку только краткое руководство по быстрому старту — чтобы дать потребителям ощущение комфорта, хотя первоначально цель состояла в создании продукта, которому вообще не нужно руководство по применению.

Неудивительно, что дизайнеры камеры Flip вдохновились упаковкой Apple. Приверженность Apple к простоте и легкости использования простирается и на упаковку: она тоже инновационная. Посмотрите на MacBook Pro в качестве при-

\*Кармин Галло, «Уроки простоты от Flip», Bloomberg BusinessWeek

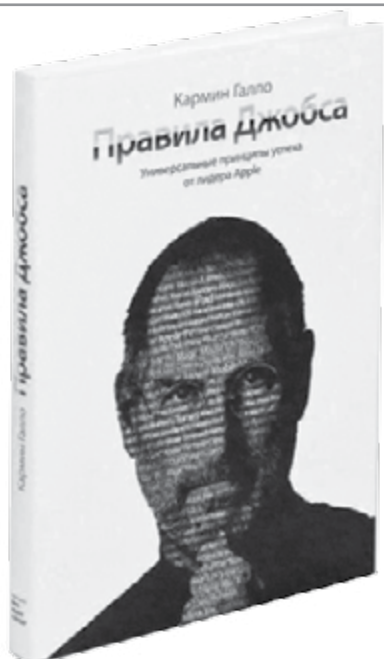


мера. Поверхность коробки совершенно чистая — нет ни фотографий, ни описаний свойств; на передней стороне на ослепительно белом фоне изображен ноутбук в закрытом состоянии (вид спереди) и написаны два слова: MacBook Pro. Откройте коробку, и вместо обилия различных компонентов и аксессуаров вы увидите только верх ноутбука с логотипом Apple. (Сам логотип инновационен. Долгое время он представлял собой изображение разноцветного надкушенного яблока: Джобс считал, что именно цвет — ключ к очеловечиванию компании. Шестицветный логотип существовал до конца 1990-х, когда Apple заменила его на более современный стилизованный логотип — полностью белый.) Следующий слой — вашим глазам открывается черная папка с инструкцией по эксплуатации. В третьем слое есть два отсека, в которых находятся адаптер источника питания и кабель питания. Все продумано: покупатель может распаковать продукт и сразу же начать им пользоваться. Все продукты Apple упакованы таким же образом. Откройте коробку с iPhone, и первое и единственное, что вы увидите, будет экран смартфона. Отогните следующий слой — там будет руководство пользователя. Третий слой открывает три маленьких отделения, в которых находятся наушники, USB-кабель и адаптер переменного тока.



Создавать эти упаковки вовсе не легко и не так уж дешево. Безусловно, Apple стремится создавать простой пользовательский опыт, вплоть до уровня упаковки. В начале 2010 года я посетил завод по изготовлению упаковок в Модесто (штат Калифорния), чтобы подготовиться к выступлению перед руководителями производства. Эта компания разрабатывала и производила коробки для продуктов фармацевтической, пищевой и технологической индустрии. Руководители завода рассказали мне, что Apple была их самым требовательным клиентом. Ничто не пускалось на самотек, так как компания считала, что покупатели должны получать приятные впечатления еще во время распаковки продукта Apple. Это означает, что цвет коробки, ее вид, текстура и материал должны служить этой цели на каждом этапе распаковки.

Открывать продукт Apple так волнующе, что некоторые люди даже чувствуют себя обязанными снять процесс распаковки на камеру и выложить ролик на YouTube. В Интернете есть буквально тысячи таких видеозаписей, показывающих покупателей, распаковывающих ноутбуки MacBook, плееры



iPod, смартфоны iPhone и планшеты iPad. Они с трудом сдерживают возбуждение. Да, эта мода кажется немного странной, но именно так происходит, когда люди влюбляются в каждый аспект вашего продукта.

### Создайте простой сайт

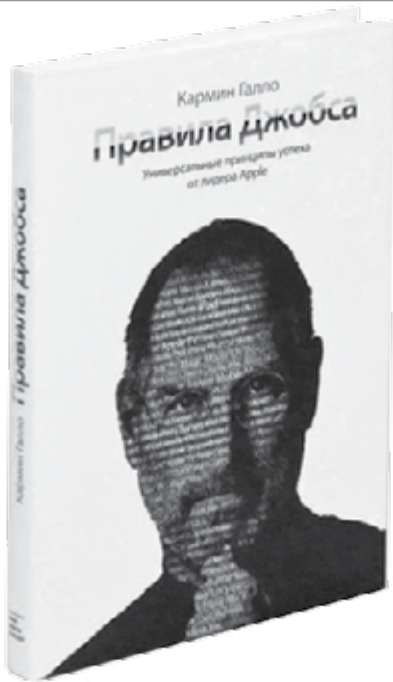
Вместо подавляющего обилия продуктов перед посетителями сайта Flip на главной странице предстают два типа камер: Ultra и Mino. Вкладки тоже лаконичные: описание продуктов, информация, где их купить, и техподдержка. В соответствии с простыми принципами связи Flip информация, которую ищет покупатель, также должна быть доступна в течение тридцати секунд с того момента, как пользователь зашел на сайт.

Дизайнеры Flip, должно быть, многому научились у Apple. Дизайнерская эстетика Apple распространяется на каждую точку соприкосновения с клиентом — начиная с продукта и заканчивая упаковкой и сайтом. В июне 2010 года Apple представила новое поколение iPhone — iPhone 4. Посетителей главной страницы сайта Apple приветствовало изображение нового устройства с подписью: «iPhone 4. Это все меняет. Опять». Сайт Apple отражает простоту упаковки продукта. При первом взгляде клиенты видят выдающийся продукт, а дальше идут слои. Например, кликните по картинке iPhone, и вы попадете на страницу с более подробным описанием продукта. Следующий уровень, подстраница, привлекает внимание к четырем функциям нового смартфона: видеосвязь, высокое разрешение экрана, многозадачность и HD-видеозапись. Вместо того чтобы заполнять всю страницу информацией о продукте, каждой функции посвящен короткий абзац. Если вы хотите узнать о чем-то больше, кликните соответствующую ссылку, которая открывает более подробную информацию. Смысл в том, чтобы разгрузить и освободить каждую страницу. Большинство дизайнеров стараются впихнуть все на одну страницу, обычно на главную. Озадаченный клиент — это потерянный клиент. Apple редко теряет клиентов.

### Устройте простую презентацию

Когда Флеминг-Вуд убеждал розничных продавцов поставлять новую камеру в 2007 году, он потратил 50 процентов своего времени на очень простой показ слайдов. На слайдах были фотографии двух камер: традиционной видеокамеры и Flip. Под традиционной видеокамерой были слова: «Используйте ее для особых случаев», под камерой Flip — «Используйте ее для всех остальных случаев». Этот показ выразил философию Flip и показал ее видение этой товарной категории. Flip, сказали они, совершит революцию в этой сфере, как «мыльницы» демократизировали рынок фотоаппаратов, на котором доминировали более передовые зер-





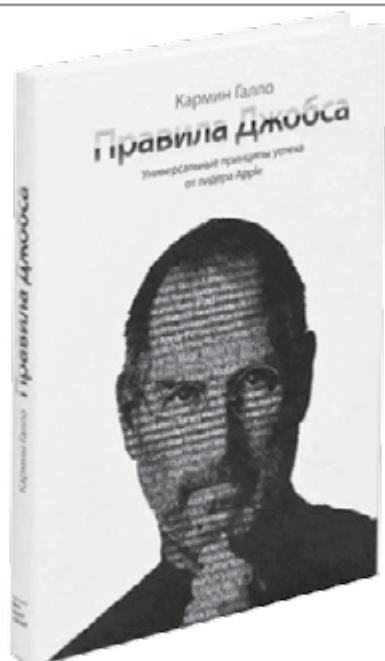
кальные фотоаппараты. Дизайнерская философия, которая движет созданием видеокамер, нашла свое воплощение и в дизайне презентации. Представление слишком большого объема данных во время показа слайдов было бы подобно добавлению слишком большого числа функций в видеокамеру. Акцент был сделан на общей картине.

Известный французский дизайнер Филипп Старк, разработавший дизайн некоторых продуктов для Apple, однажды сказал, что «красивое» и «модное» — это переоцененные качества; вместо этого дизайнерам следовало бы стремиться к «хорошему». В случае с камерой Flip мы можем понять, что подразумевал Старк. Производители Flip не собирались создавать «красивое», но недоступное устройство. Они не хотели создавать устройство с «модными» новыми свойствами, которые только увеличивают сложность. Они хотели создать хороший продукт, доступный и привлекательный. Для этих предпринимателей «хорошее» как дизайнерский принцип превзошло «модное». В результате они создали одну из самых модных инноваций в этой товарной категории за долгие годы.

## РОБОТ, ПРИНЕСИ МНЕ МОЮ ЗУБНУЮ ПАСТУ

Если вы покупали одежду, обувь или канцелярские товары через Интернет у таких розничных поставщиков, как The Gap, Zappos или Staples, ваш мгновенный покупательский опыт обычно заканчивался на сайте или после общения по телефону с представителем службы по работе с клиентами. Через день или два ваш заказ прибывал к вашей входной двери. Почти полностью скрытая от глаз сложная последовательность событий, которую вызвал ваш заказ, происходит за кулисами, на оптовых распределительных базах по всей стране. Если вы нанесете визит в один из этих центров исполнения заказов, то увидите тысячи передвижных оранжевых роботов, которые снуют туда-сюда, развозя различные ящики и коробки, и распределяют товары людям, которые производят конечную упаковку перед отправкой к вашей двери. Эти роботы — изобретение Мика Маунца, основателя и генерального директора Kiva Systems, бывшего работника компании Apple, у которого я брал интервью для этой книги. Маунц многому научился у Стива Джобса в уменьшении сложности, и эти уроки помогли ему создать армию инновационных роботов, которые произвели революцию в американских распределительных центрах.

Как и Джобс, Маунц не собирал традиционные фокус-группы, чтобы начать свою компанию. Как и Джобс, он так хорошо знал своих клиентов, что понимал их боль. Он сочувствовал. Во время бума доткомов Маунц работал на ин-



тернет-магазин Webvan, где он сталкивался с проблемой под названием «выбери, упакуй и отправь». Человеку на распределительном этаже нужно было получить заказ, допустим, на зеленую зубную щетку, голубую зубную щетку и пасту, затем пойти на товарный склад, отыскать нужные продукты и упаковать их. Работа была ужасно неэффективной. Маунцу пришла в голову идея сделать процесс распределения заказов на складе проще и продуктивнее.

Как вы знаете из второго принципа, идея приводит инновацию в движение. Идея Маунца заключалась не в создании роботов. Роботы, как оказалось, были лучшим технологическим решением проблемы, которая беспокоила поставщиков на распределительных складах. Маунц задал вопрос: «Что если бы продукты могли говорить, ходить и самостоятельно прыгать в коробки?» Это решило бы проблему «выбери, упакуй и отправь». Ответ привел к разработке уникальных роботов Kiva.

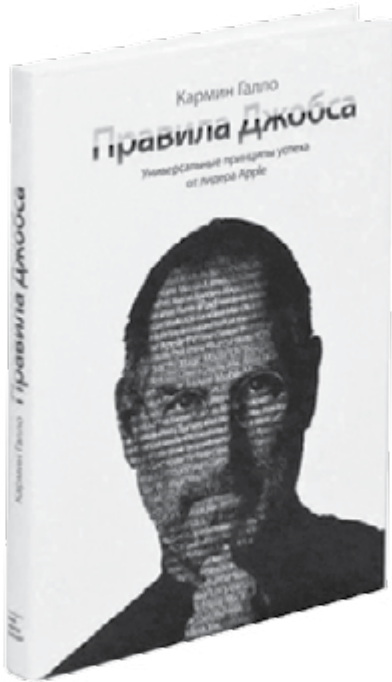
— Чему вы научились в Apple? — спросил я у Маунца.

— Наш подход напоминал подход Apple своей простотой, — сказал Маунц. — Если розничный поставщик приходил в Kiva, нам следовало предложить ему полное решение проблемы. Мы должны были составить план, провести моделирование, создать программное обеспечение, протестировать и установить его — то есть сделать всю работу под ключ. А поставщик мог уделять все свое внимание клиентам и заниматься своим непосредственным делом — выполнением заказов. Это очень важно для таких наших потребителей, как Staples, Walgreens, The Gap и Zappos. Им больше не надо заботиться о загрузке-погрузке материала. Они снова могут быть экспертами по выполнению заказов и доставить зеленый свитер прямо к дверям мистера Смита\*.

Однако изнутри устройство Kiva чрезвычайно сложное. Маунц научился — опять-таки у Apple, — как важно прятать сложность от клиентов. «Когда вы покупаете iPod, вы делаете это потому, что хотите слушать музыку, — рассказал мне Маунц. — Вы не хотите быть специалистом по конвертированию MP3-композиций или разбираться в форматах файлов. Вы хотите просто включить устройство и увидеть, как оно работает. Этот принцип — наша мантра в Kiva».

Спросите себя: как я могу облегчить и улучшить жизнь моих потребителей? Инновационные компании создают продукты или предлагают услуги, которые позволяют потребителям сосредоточиться на том, что они делают лучше всего. Возьмем пример с Kiva и одним из ее клиентов — компанией Staples. Staples занимается доставкой канцелярских товаров. Она не занимается транспортировкой, погрузкой и отгрузкой материалов и не хочет этим заниматься. Kiva сделала Staples прямое предложение: давайте мы разберемся с погрузкой-отгрузкой вашего материала, а вы сможете направить свое внимание на доставку высококачественной про-

\*Мик Маунц, основатель и генеральный директор Kiva Systems, в разговоре с автором, 21 января 2010.



дукции вашим покупателям. «В Apple мы были влюблены в технологии и инновации, но работали не ради технологии. Мы улучшали компьютерную графику, чтобы облегчить вашу работу. Все было направлено на то, чтобы сделать вашу жизнь проще», — говорит Маунц.

Маунц усвоил еще один урок у Apple: дизайн — это то, как вещи работают, а не только то, как они выглядят. Цель Kiva — проектировать простые, легкие в использовании продукты. Создание простой продукции подразумевает уменьшение сложности через устранение функций или кнопок, отвлекающих от основной задачи продукции. Роботы Kiva должны быть доступны фабричным рабочим и заводским менеджерам. Если роботы выглядят устрашающе, то системе будет намного сложнее получить широкое распространение на товарных складах. По словам Маунца, «когда мы разрабатывали роботов, мы хотели, чтобы они выглядели забавными, дружелюбными, доступными и простыми в использовании. В отличие от многих сложных технологических разработок у наших роботов только две кнопки: “включить” и “выключить”. Мы расположили их по бокам робота, чтобы, приближаясь к нему с любой стороны, вы могли легко на них нажать. Мы сделали этих роботов такими доступными, что рабочие воспринимают их как личных помощников. Некоторые даже придумывают им имена!»

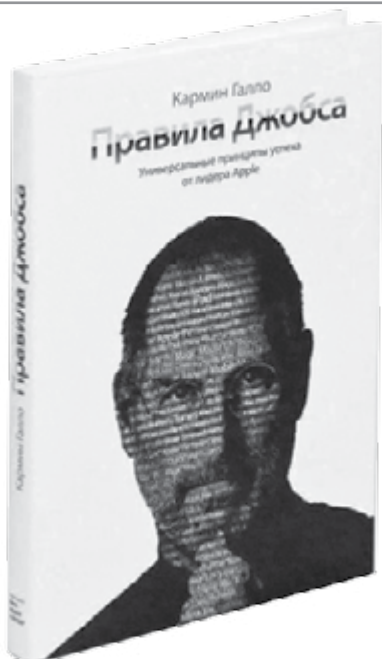
Многие предприниматели, начинающие бизнес с нуля, стремятся к разработке простых и элегантных продуктов, которые решали бы практические проблемы. Маунц никогда не собирался строить роботов. Он хотел сделать работу на предприятиях более продуктивной. Роботы оказались решением. Сегодня системы Kiva делают труд рабочих в четыре раза продуктивнее. Учитывая этот показатель эффективности, вполне возможно, что оранжевый робот Маунца будет транспортировать вашу следующую интернет-покупку.

## ТАКОЙ ПРОСТОЙ, ЧТО НЕ НУЖНА ИНСТРУКЦИЯ

\*Форум творческого лидерства, **«Культурная важность лидерства в инновации»**, Роберто Верганти, автор книги «Design-Driven Innovation» («Инновации, управляемые дизайном». Прим. перев.), 26 марта 2010, (по состоянию на 14 апреля 2010).

Эксперт по инновациям Роберто Верганти говорит, что, если продукт перегружен функциональностью, зачастую это признак того, что у руководителей компании нет четкого представления о своих целях. У них либо нет твердого понимания, каким должен быть продукт, либо они предлагают чересчур многим людям внести свой вклад в конечный результат, что также способствует путанице. «Они слишком слепо следуют демократическим принципам, и иногда это вредит любой функциональности, потому что разные инженеры и дизайнеры хотят разных и порой несовместимых свойств в продукте», — говорит Верганти\*. По словам Верганти, попытка сделать всех счастливыми добавляет слож-





ности, и конечный результат — это разочарование.

Осенью 2009 года я встретился с командой руководителей Sonos, которые собирались выпустить продукт, скрывающий сложность очень непростой технологии. Они преуспели в этом, сосредоточившись на одном пункте, который их потребители хотели от продукта: доступ к музыке без помощи проводов.

Система Sonos ZonePlayer S5 дебютировала в октябре 2009 года и получила восторженные отклики от репортеров и потребителей. Это была первая цельная беспроводная музыкальная система, которой покупатели могли управлять через Интернет или через смартфон iPhone. Ей просто суждено было быть хорошо принятой. Качество динамиков получилось отличным, и — что еще более важно — ее легко было настроить. Практически любой мог установить ее и уже через пять минут наслаждаться музыкой. Арик Хессельдаль подытожил в своем обзоре: «Забудьте про инструкции. Вы никогда не наткнетесь на непонятные установки в своем роутере. Теперь вы будете слушать музыку намного чаще»\*. Хессендаль обратил внимание, что конкурирующие продукты тоже хорошо звучали, но они имели хитрую настройку и трудное управление.

Когда я спросил у команды Sonos о секрете, стоящем за проектированием инновационного и успешного продукта, их ответ очень напоминал ответ Apple и был примерно такой: «Мы начинаем не с технологии. Мы начинаем с людей и их стремлений. Мы узнаем, как люди хотели бы наслаждаться музыкой у себя дома, и на этой основе уже создаем систему». Другими словами, дизайнеры Sonos не начинали работу с целью создания передовой беспроводной системы; система являлась результатом вопроса: как люди хотят наслаждаться музыкой у себя дома? В результате нескольких лет исследований и создания прототипов получилось то, что дизайнеры называют инновационной простотой: покупатель вправе сказать: «Я могу этим пользоваться и наслаждаться, потому что оно не пугает меня».

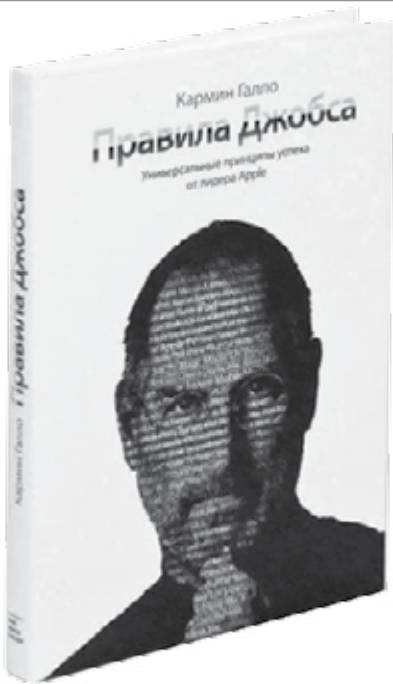
Система должна быть очень простой в установке. Все домашние должны быть способны ею пользоваться, даже те, кто не считает себя технически сообразительным. Среди дизайнерских целей была и такая: покупатели должны влюбиться в продукт в течение пяти минут.

## ДЗЕН СУШИ

Посетители ресторанов в Нью-Йорке, Милане, Токио и Беверли-Хиллз платят целое состояние за суши, приготовленное в «стиле Нобу».

Нобу — это японский шеф-повар Нобуюки Матсухиса, кулинарный предприниматель-новатор, прославившийся бла-

\* Арик Хессельдаль, «Чувственная звуковоспроизводящая машина», Bloomberg BusinessWeek, 3 мая 2010, 78.



годаря добавлению перуанских ингредиентов в традиционные японские блюда. Его кулинарные творения — настоящие шедевры. Актер Роберт Де Ниро был настолько впечатлен, когда посетил ресторан Нобу в Лос-Анджелесе, что профинансировал его расширение в Нью-Йорке. Сегодня Нобу является владельцем более десятка ресторанов по всему свету и считается величайшим в мире суши-поваром.

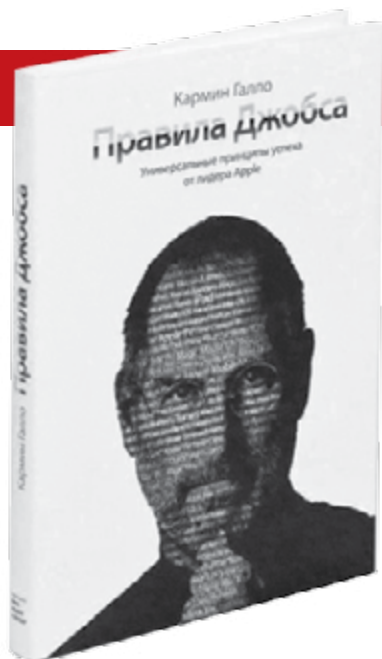
Творения Нобу инновационны и оригинальны. Одно из уникальных сочетаний — это треска с мисо; другое — осьминог с соком юзу (японского лимона) и пастой рокото (чили). Несмотря на экзотичность, кулинарным инновациям Нобу присуща простота — простые техники и простая подача, — которая подчеркивает вкус.

Так же как Джонатан Айв решил, что ослепительно белый цвет плеера iPod сделает продукт выделяющимся, Нобу относится к блюду как к холсту, который позволяет еде завладеть вашим вниманием. Все, что отвлекает от подачи блюда или наслаждения уникальным сочетанием вкусов, должно быть убрано. Рецепты Нобу — это наука устранения. То, что он убирает, так же важно, как и те ингредиенты, которые остаются.

Нобу разделяет философию Стива Джобса: делайте то, что любите. Он сказал, что самый важный ингредиент успеха — это не профессиональная компетенция, а страсть, и не только для шеф-поваров, но для всех, кто хочет преуспеть в своей области. Потребовалась вся его страсть, чтобы он остался в ресторанном бизнесе после того, как его первый ресторан в Акноридже (штат Аляска) сгорел всего через два месяца после открытия. Он не был застрахован, и Нобу занял много денег, чтобы его финансировать. Нобу был потрясен и подавлен, но все равно уверен, что ничто не остановит его на пути следования за своей страстью, которая жила в его сердце с тринадцати лет: готовить незабываемые суши-блюда.

Нобу также разделяет приверженность Джобса к совершенству. Ничто не пускается на самотек. закажите гребешки с огурцами, и вам принесут пятнадцать тонких ломтиков огурца, аккуратно уложенных по кругу на ослепительно белом блюде. Ровно семь кусочков гребешков будут окружать огурцы, и один маленький кусочек кинзы будет аккуратно расположен на каждом кусочке гребешка. Наконец, один мазок (не два) острой пасты рокото будет в центре кусочка кинзы. Простая элегантность. Все, отвлекающее внимание от главных ингредиентов, вычеркивается.

Японцы относятся к подаче суши как к ритуалу. Существует много разных стилей, но важнейшее правило — это простота. Ингредиенты должны говорить сами за себя. Слишком много роллов или гарнира отвлекает от сосредоточенности на вкусе. Инновация не всегда означает добавление. Она спрашивает себя: что я могу убрать?



## ГОВОРЯ «НЕТ» ТЫСЯЧЕ МАРОК

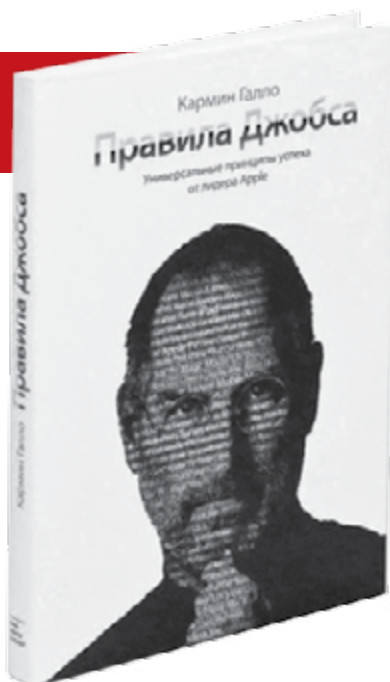
Узнав, что генеральный директор Ford Алан Мулалли прочитал книгу «iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса» от корки до корки, я начал следить за его карьерой в американском автомобилестроении более внимательно. Первое, что поразило меня, — его неослабевающий оптимизм и положительная энергия. Деловая переписка Мулалли, его интервью СМИ и публичные выступления — все отражало его непоколебимую решимость создавать лучшие машины в мире. Второй вещью, которая впечатлила меня, была стратегия Мулалли по достижению своей цели. Его мантра: «Улучшай фокус. Упрощай действия».

Мулалли был назначен президентом и генеральным директором компании Ford 5 сентября 2006 года. Семья Ford выбрала Мулалли, бывшего руководителя Boeing, чтобы внести струю свежей крови в исконно американский бренд, который очень в этом нуждался. Так же как Apple была близка к смерти перед возвращением Джобса в 1996 году, смерть стучалась в двери Ford до появления Мулалли. В 2006 году американский автомобильный гигант потерял 12,6 миллиарда долларов, и его акции упали ниже 2 долларов в результате многолетнего сокращения доли на рынке.

Из прошлой главы вы, вероятно, помните первые шаги, предпринятые Стивом Джобсом для спасения Apple: сокращение продуктов для сосредоточения на том, что компания делала лучше всего. Мулалли тоже не тратил времени зря и принялся за сокращение марок. Jaguar ушел первым. За ним вскоре последовали Land Rover, Aston Martin и Volvo. Компания урезала число своих платформ — шасси — с двадцати до восьми. Это уменьшило число марок Ford во всем мире с девяносто семи до двадцати пяти. Каждая модель требовала сотен миллионов долларов инженерных затрат, и так как компания Ford не могла продавать достаточно машин каждой модели, этот шаг сохранил ей миллиарды долларов. В дополнение к сэкономленным деньгам это позволило компании назначить на каждый оставшийся продукт команду из первоклассных сотрудников. Упрощая действия, Мулалли сфокусировал внимание компании Ford. Усилие сработало. Ford — единственная компания Соединенных Штатов, которой не понадобилась правительственная финансовая помощь. По итогам 2009 года ее чистая прибыль составила 2,7 миллиарда долларов. Также внутренние опросы Ford показали, что 87 процентов работников полагают, что компания движется по верному пути. Говоря «нет», корпорация Ford сказала «да» успеху.



## МИНИМАЛЬНОЕ НЕ ЗНАЧИТ ПРОСТОЕ



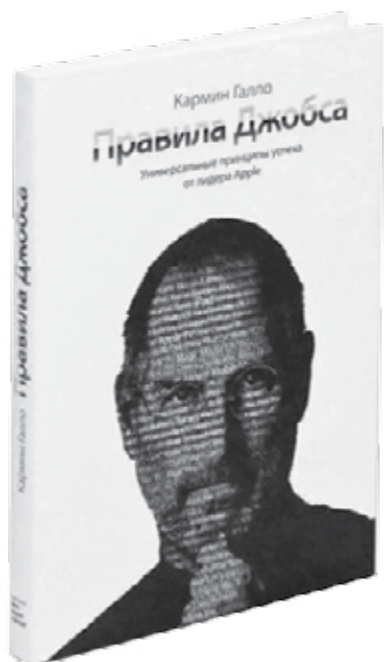
Не путайте простоту с минимализмом. Минималистичный дизайн — это широкое понятие, которое люди применяют к разнообразным предметам и явлениям — от презентаций до сценических постановок и интерьеров магазинов. Загляните в бутик Майкла Корса, чтобы купить сумочку за 500 долларов, и вы увидите много пустого пространства, большие столы и немного сумок. Это минимализм. Посетите сайт Google, и вы найдете только логотип и поисковую строку на белом фоне. Это минимализм. Посмотрите презентацию Стива Джобса, и вы увидите множество слайдов, на которых нет слов — только фотографии.

Когда дело доходит до новаторства, меньшее действительно кажется большим. Да, простейший дизайн минималистичен, но минималистичный дизайн не всегда прост. Целью должен стать фокус, а не минимализм. Прекрасно оформленный сайт элегантен, потому что позволяет посетителям быстро и легко найти то, что они ищут. Однако все, что отвлекает людей от причины, по которой они зашли на сайт, должно быть убрано. Добавьте слишком много информации, и она будет конкурировать за внимание вашей аудитории, отвлекая посетителей от решения проблемы — будь то покупка книги, чтение статьи или подписка на услугу.

Существуют две основные тенденции в оформлении сайта, ни одну из которых нельзя назвать особо привлекательной. Первая — это загромождение сайта слишком большим объемом текста. Недавно я наткнулся на сайт компании Florida, которая изготавливает ворота и изгороди на заказ для домов и предприятий. Это был самый уродливый сайт, который я когда-либо видел. На главной странице было более тридцати фотографий изготовленных компанией изгородей и более тысячи слов. Заглядывая вперед, отмечу, что главная страница сайта Apple содержит порядка пятидесяти слов.

Вторая тенденция, которая немного лучше, но все же вызывает беспокойство, — стремление многих дизайнеров доводить минимализм до крайности. Эти дизайнеры так влюблены в свою креативность, что создают на странице заставки на основе флеш-роликов, которые мучительно медленно загружаются и не представляют никакой реальной ценности для опыта клиента. Эти техники встают на пути того, что клиент намерен сделать, когда заходит на сайт.

Я люблю слушать ток-шоу местных радиостанций. Ведущие, как правило, хорошо разбираются в сайте ради-



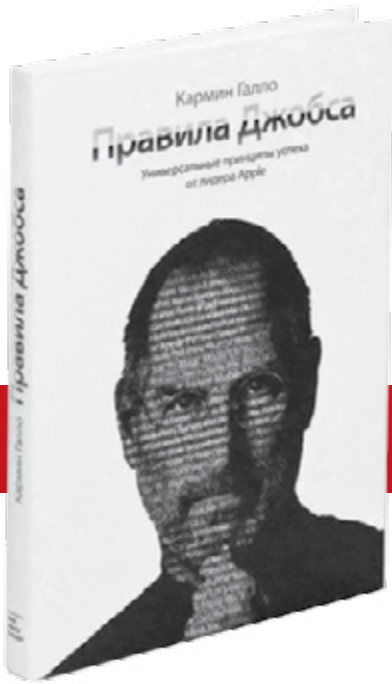
останции, подсказывая, где слушатели могут найти популярную книгу, статью или интервью. Дело в том, что я несколько раз пытался самостоятельно найти на сайте нужные мне сведения, но каждый раз терпел неудачу. Дизайнеры загружают так много информации — используя каждый квадратный сантиметр главной страницы, — что практически невозможно найти что-то упомянутое в конкретном шоу. Однажды я так расстроился, что зашел на сайт компании гостя шоу (он сказал, что загрузил архивы своих интервью на радио). Но опять-таки я не смог найти то, что хотел. Гость загрузил все, что только мог собрать, на главную страницу. Я сдался через тридцать минут.

Вы, наверное, подумали, что проектирование простого сайта — это просто. Это далеко не так. Простой дизайн требует времени и умений. Легко создать беспорядок, это может сделать любой. Многие сайты выглядят так, словно их разрабатывали тринадцатилетние. Дизайнеры не принимают в расчет клиентов. Забавно, что добавить беспорядок проще, чем убрать с вашего сайта контент, отвлекающий внимание.

Слишком большой выбор может парализовать вашего клиента. Профессор Колумбийского университета Шина Айенгар провела эксперимент, который стал известен как «исследование джема». В калифорнийском магазине для гурманов Айенгар и ее ассистент установили стол с образцами джема. В течение дня каждые несколько часов они уменьшали количество образцов, доведя его таким образом от двадцати четырех до шести. Покупатели получали купон на скидку, если решали купить баночку джема, прежде чем покинуть магазин. Результаты оказались поучительными. Перед широким ассортиментом останавливалось больше покупателей, чем перед небольшим количеством образцов, так что вы могли бы предположить, что в этом случае был зафиксирован больший объем продаж. Неверно. Только 3 процента покупателей, столкнувшихся с широким ассортиментом, купили джем, в то время как покупатели, купивших джем при малом выборе, было 30 процентов! Айенгар пришла к выводу, что наличие широкого выбора привлекательно в теории, но в реальности он утомляет.

Гипотеза Айенгар имеет для меня гораздо больше смысла теперь, когда у меня появились маленькие дочки. Предоставьте трехлетней девочке выбор, что надеть, поставив ее перед шкафом, полным одежды, и ей потребуется очень много времени, чтобы решить. Предложите только два варианта — и она решит мгновенно. Все счастливы!

Теперь вернемся к обсуждению сайта Apple. На главной странице обычно представлен только один продукт, та-



кой как iPad. Если вам нужно больше вариантов, вы можете выбрать из четырех других категорий: Mac, iPod, iPhone или iTunes. И это все.

Когда люди заходят на ваш сайт, они сосредоточены на задаче узнать что-то, прочитать что-то или заказать что-нибудь. Слишком большой объем текста или чересчур широкий выбор предложений отвлекают от вашего потребительского опыта.

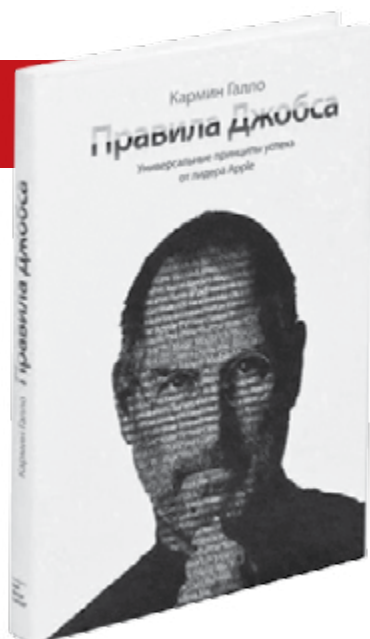
## ПРОИГРАННАЯ ИЗ-ЗА ОДНОГО СЛАЙДА ВОЙНА

В седьмом принципе мы уделим гораздо больше внимания той роли, которую эффективная коммуникация играет в новаторстве, а сейчас запомните, что сложность мешает дизайну — касается ли дело продукции, сайта или презентации. Во вторник, 27 апреля 2010 года, газета New York Times на своей первой странице опубликовала историю об использовании военными Соединенных Штатов программы для подготовки презентаций — PowerPoint. Название говорит само за себя: «Мы встретили врага, и это PowerPoint»\*. В статье рассказывается о генерале Стэнли Маккрystalе, который в то время командовал американскими и натовскими силами в Афганистане. Маккрystalу показали слайд PowerPoint о военной стратегии в регионе. На слайде было больше четырехсот слов, и он выглядел, фигурально выражаясь, как миска спагетти. Маккрystal сказал, что, если бы он смог понять слайд, Америка бы выиграла войну. Это была шутка, но некоторые военные не увидели ничего смешного в проблеме с PowerPoint. Некоторые даже запретили PowerPoint, потому что считали ее опасной, так как эта программа не способствует обсуждению и препятствует критическому мышлению.

PowerPoint — это не проблема. Проблема в том, что военные чины США не думают, как Стив Джобс, во всяком случае когда дело доходит до коммуникации. Конечно, любая военная операция невероятно сложна: она требует перемещения и координации действий большого количества воинских частей и техники. Секрет заключается в том, чтобы скрыть сложность и чтобы ваша аудитория (клиенты Apple; военные) могла быстро и легко понять, на чем надо сосредоточиться. Сложность душит общение, понимание и инновацию. Помните, что идея или изобретение становится инновацией, если движет общество вперед. Если идея не может действовать из-за своей сложности, она никогда не удовлетворит критериям, которые требуются для инновации.

\* Элизабет Бумиллер, «Мы встретили врага, и это PowerPoint», New York Times, 27 апреля 2010, (по состоянию на 23 мая 2010).





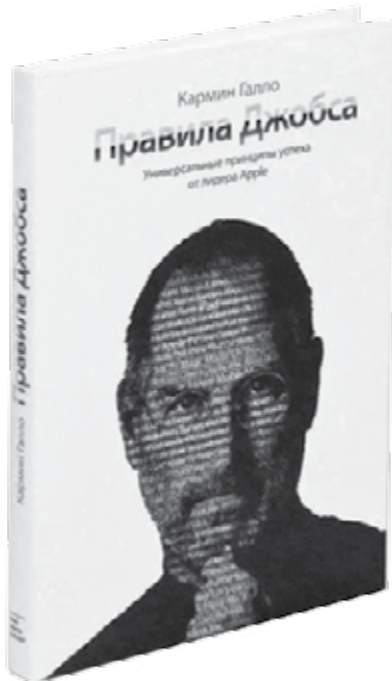
## ПРОСТОЙ СПОСОБ ДАТЬ ЖИЗНЬ СВОЕЙ МЕЧТЕ

Можно ли применить дизайнерскую философию Apple к вашей жизни? Пастор из города Хьюстор Сэл Сберна верит в это. В январе 2006 года Сберна написал для баптистской церкви серию из четырех проповедей под названием «Теология iPod». Сберна сказал, что написал проповеди, чтобы помочь молодежи его прихода создать связь между iPod и тем, чему Бог пытается их научить. Сберна послал мне выдержки из своих проповедей. Его ключевой урок — это идея простоты. Сберна сделал заключение, что iPod эlegantный и простой в использовании благодаря тому, что таким он был создан. Бог, сказал он, точно так же создал нас простыми. Сберна верит, что у нас есть все необходимое для связи с Богом, если только мы не позволяем внешним воздействиям вносить беспорядок в эти отношения.

Вам не надо быть верующими, чтобы понять, что планирование своей жизни так, как Стив Джобс и Джонатан Айв создают продукты Apple, может действительно увеличить ваши шансы на успех. Джим Коллинз, автор бестселлера «От хорошего к великому», узнал этот действенный секрет в Стэнфордской бизнес-школе. Коллинз посещал курс новаторства и творчества, когда одна из преподавательниц сказала ему, что он недисциплинированный и неорганизованный студент. Это замечание оказалось для Коллинза неожиданным и застало его врасплох. Он ведь гордился тем, что в начале каждого года ставил перед собой три цели и неустанно трудился, чтобы достичь их. «Вместо того чтобы вести дисциплинированную жизнь, — сказала Коллинзу преподавательница, — вы ведете деятельную жизнь»\*.

Преподавательница дала Коллинзу задание. Она попросила его представить, что он только что унаследовал 20 миллионов долларов, но у него осталось только десять лет жизни. Что бы он изменил? Более конкретно она спросила: «Что бы ты перестал делать?» Коллинз сказал, что выполнение этого задания было самым важным уроком в его жизни. Обдумав ответ на этот вопрос, он оставил свою работу в Hewlett-Packard. Он любил компанию, но ненавидел то, чем он в ней занимался. Вместо этого он последовал за своей настоящей страстью — желанием стать профессором бизнеса в Стэнфорде. Если бы Коллинз не занялся упражнением «прекратить делать», миллионы читателей могли бы никогда не насладиться его произведениями, включая два бестселлера деловой литературы всех времен «Построенные навечно» и «От хорошего к великому». Коллинз говорит, что это упражнение настолько важно для успешной жизни, что он сделал «список того, что надо перестать делать» краеугольным камнем своих новогодних решений.

\* Джим Коллинз, **«Лучшие новогодние решения? Список того, что надо прекратить делать»**, USA Today, 29 декабря 2003, (по состоянию на 23 мая 2010).



Коллинз предлагает простую систему, которая поможет вам вести экстраординарную жизнь. Он предлагает вам задать себе три вопроса:

**Чем вы глубоко увлечены?**

**На что вы генетически запрограммированы — для какой деятельности, по вашим ощущениям, вы «сделаны»?**

**Что составляет экономический смысл — чем вы можете зарабатывать на жизнь\*?**

Затем Коллинз рекомендует провести «инвентаризацию» вашей деятельности. Если 50 процентов вашего времени не попадает в эти три области, то пора заняться «списком того, что надо прекратить делать». «Сделайте свою жизнь произведением искусства, — писал Коллинз в USA Today. — Великое произведение искусства состоит не только из того, что вошло в окончательный вариант, но, что не менее важно, и из того, что не вошло.

Именно дисциплина: отбросить все, что не подходит, — отличает понастоящему исключительного художника и понастоящему выдающееся произведение искусства, будь то симфония, роман, картина, компания или, что наиболее важно, жизнь».

Apple создает простые и элегантные продукты. Эти дизайнерские цели движут Стивом Джобсом всю его карьеру. Вырванная страница из инновационного сборника Стива Джобса: в бизнесе выделяйте себя среди конкурентов не тем, что вы добавляете, а тем, что устраняете. В жизни достигайте успеха не тем, как много проектов вы собираетесь сделать, а тем, как много вы собираетесь убрать. Просто, не так ли?

## ІЗАДАНИЯ

Спросите себя: «Какая самая глубокая причина, по которой люди покупают мой продукт?» Ответ должен стать вашим фокусом для продукта. Все, что отвлекает от этого, должно быть устранено.

Посмотрите на все составляющие вашего продукта или услуги с точки зрения своего клиента. Спросите себя: «Что является той единственной вещью, за которой приходят мои клиенты?» Сделайте так, чтобы вашим клиентам было легко сделать или найти эту одну вещь. Посмотрите на все: продукт, упаковку, сайт, инструкцию, коммуникации. Все. Оно перегружено и перепутано или просто и элегантно?

В качестве новогоднего решения — или в любое другое время года — создайте «список того, что надо прекратить делать». Сократите время, которое вы тратите на проекты или задачи, которые не помогают осуществлению вашей основной цели и не удовлетворяют вашу страсть.



**Наверх**  
**ПУТЬ**

ЖУРНАЛ О ЛИЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ