

ПРАВИЛО В 10 РАЗ БОЛЬШЕ

ЕДИНСТВЕННОЕ, ЧТО ОТЛИЧАЕТ УСПЕХ ОТ ПОРАЖЕНИЯ

10X

ГРАНТ КАРДОН

**АВТОР КНИГИ «ЕСЛИ ТЫ НЕ ПЕРВЫЙ, ТЫ ПОСЛЕДНИЙ»
-БЕСТСЕЛЛЕРА «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС»**

159 9

К 21

10X

ПРАВИЛО

«В 10 РАЗ БОЛЬШЕ»

*«В 10 раз больше» — единственное,
что отличает успех от поражения» — Грант Кардон*

От автора книги «Если ты не первый, ты последний» —
бестселлера газеты «Нью-Йорк Таймс»



Москва
Издательство АСТ

УДК 882
ББК 84 (2Рос-Рус) 6
К21

THE 10X RULE: THE ONLY DIFFERENCE
BETWEEN SUCCESS AND FAILURE
This translation published under license
with the original publisher John Wiley & Sons, Inc.

Перевод с английского издания Владимира Резникова
Под редакцией Наташи Гейльман, Андрея Шумилова
Глоссарий составлен Ириной Ушаковой

Все права защищены законом.

Ничто из данной публикации не может воспроизводиться, храниться
в воспроизводимой форме, либо распространяться любыми способами —
электронным, механическим, фотокопированием, в виде звукозаписей,
либо каким-либо иным способом, без предварительного
письменного разрешения владельца авторских прав.

Издано по заказу ИП Мусатов Д.В.
При технической поддержке ООО «Издательство АСТ».

Кардон, Грант.

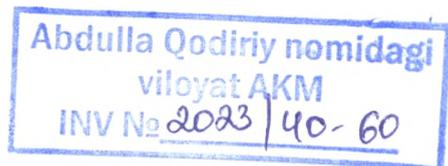
К21 **Правило в 10 раз больше: единственное, что отличает успех от поражения / Грант Кардон ; пер. с англ. В. Резникова. – Москва : Издательство АСТ, – 2017. – 192 с.**

ISBN 978-5-17-100601-3 (Издательство АСТ)

ISBN 978-5-905379-68-0 (Первое издание)

ISBN 978-0-470-62435-7 (Англ.)

Книга «Правило в 10 раз больше» откроется тому, кто хочет в 10 раз больше жизни и успеха. Эта книга научит, как ставить для себя цели, точно оценивать необходимые усилия, решать, как подходить к своим проектам с верной точки зрения, и затем определять точное количество нужных действий. Вы также узнаете, почему успех неизбежен, если действовать в рамках правила «в 10 раз больше», и, наконец, поймете ту единственную причину, по которой большинство людей так и не добиваются успеха.



УДК 882
ББК 84 (2Рос-Рус) 6

ISBN 978-5-17-100601-3 (Издательство АСТ)
ISBN 978-5-905379-68-0 (Первое издание)
ISBN 978-0-470-62435-7 (Англ.)

© Grant Cardone, 2011
© John Wiley & Sons, Inc., Hoboken,
New Jersey, 2011

*«Когда кто-то советует мне
действовать меньше,
он или не настоящий друг,
или в ужасном
замешательстве!»*

– Грант Кардон

Оглавление

Вступление	7
Глава 1. Что такое правило «в 10 раз больше»?.....	10
Глава 2. Почему необходимо правило «в 10 раз больше»	20
Глава 3. Что такое успех?.....	26
Успех важен.....	27
Глава 4. Успех — это ваш долг.....	29
Прекратите себя обманывать	31
Глава 5. Нет недостатка успеха	35
Глава 6. Будьте готовы брать контроль надо всем.....	40
Глава 7. Четыре уровня действий.....	46
Первый уровень действий	47
Второй уровень действий.....	48
Третий уровень действий.....	49
Четвёртый уровень: масштабные действия	51
Глава 8. Посредственность — залог неудачи	57
Глава 9. Цели в стиле «в 10 раз больше»	64
Глава 10. Конкуренция — для слабаков	70
Глава 11. Как вырваться из среднего класса.....	77
Средний класс и его доход.....	77
Глава 12. Быть одержимым — дар, а не болезнь.....	82
Глава 13. Играйте ва-банк и обещайте «с десять коробов»	87
Глава 14. Расширяйтесь — всегда, не сокращайтесь — никогда.....	92
Глава 15. Пламя до небес	96
Глава 16. Страх — прекрасный показатель	100
Глава 17. Миф «управления временем»	105
Глава 18. Критика — признак успеха	111
Глава 19. Удовлетворить клиента — неверная цель	115
Глава 20. Вездесущность	124
Глава 21. Оправдания	131

Глава 22. Успешным: быть или не быть?	134
Точка зрения «Да, могу»	134
Верьте: «Я разберусь»	135
Нацеливайтесь на возможности	136
Приветствуйте трудности и препятствия	136
Ищите проблемы и их решения	137
Не сдавайтесь, пока не добьётесь успеха	137
Рискуйте	138
Будьте нерассудительны	139
Не бойтесь опасности	140
Создавайте богатство	141
Не скупитесь на действия	141
Всегда отвечайте «да»	142
Постоянно посвящайте себя делу	143
Не останавливайтесь на полпути	144
Думайте лишь о «сейчас»	144
Будьте мужественны	145
Радуйтесь изменениям	146
Придумайте верный подход, и за дело	147
Поднимайтесь над общепринятыми идеями	147
Будьте целеустремлённым	148
Выполняйте свою миссию	149
Стремитесь к высокой мотивации	149
Нацеливайтесь на результаты	150
Ставьте высокие цели, мечтайте «до звёзд»	151
Создавайте свою собственную реальность	151
Сперва решитесь, а потом решите как	152
Будьте очень этичны	153
Думайте о своей группе	154
Учитесь без усталости	155
Выходите из зоны комфорта	155
Стремитесь к лучшим связям	156
Будьте дисциплинированы	157
Глава 23. Как претворить в жизнь правило «в 10 раз больше»	159
Глоссарий	175
Правило «в 10 раз больше»	175
Люди и компании	176
Слова и выражения	180
Об авторе	189

Вступление

Скорее всего, вы взяли эту книгу в руки и подумали: «А что же на самом деле такое правило “в 10 раз больше”? И чем оно мне поможет?»

Правило «в 10 раз больше» — это Святой Грааль^{*} для тех, кто жаждет успеха. Серьёзно, если и есть какое-то сокровище, то вот оно — перед вами! Этот принцип настроит вас на верный уровень мышления и действий — уровень, который будет залогом успеха и сам по себе послужит гарантией того, что вы будете действовать с подобным размахом на протяжении всей карьеры и всей жизни. Это правило и эта книга даже помогут вам рассеять страхи, поднять ваш уровень мужества и веру в себя, избавиться от привычки откладывать на потом, от неуверенности и, наконец, придаст вам чувство целеустремлённости, которое вернёт искру в вашу жизнь, ваши цели и мечты.

Правило «в 10 раз больше» и есть тот самый важный принцип, которым победители пользуются в тех областях своей жизни, в которых они процветают. Какой бы ни была ваша мечта и как бы вы ни определяли для себя успех, эта книга поможет вам достичь его с уверенностью при любой экономике. Первое, что нужно сделать, — это настроить своё мышление на десятикратный^{**} уровень и расширить ваши действия до того же масштаба. Я расскажу вам о том, как «десятикратные» действия и мышление в стиле «в 10 раз больше» сделают вашу жизнь интереснее и веселее и почему у вас появится больше времени. Всю свою жизнь я изучал секреты успеха, и я верю в то, что именно это правило — это тот инструмент, которым осознанно пользуются все успешные люди, чтобы создать ту жизнь, которую они хотят.

Эта книга научит вас, как ставить верные для себя цели, точно оценивать необходимые усилия, решать, как подходить к своим проектам

* См. определение в глоссарии в конце этой книги.

** В этой книге слово «десятикратный» и выражение «в 10 раз больше» взаимозаменяемы и означают одно и то же. Например, «действовать на десятикратном уровне» или «действовать на уровне “в 10 раз больше”». По-английски эта идея называется «10x», что дословно означает «умножить на 10» (x — это символ умножения).

с верной точки зрения, и затем определять точное количество нужных действий. Вы узнаете, почему успех неизбежен, если действовать в рамках правила «в 10 раз больше», и, наконец, вы поймёте ту единственную причину, по которой большинство людей так и не добивается успеха. Вы впервые обнаружите для себя ту людскую ошибку при постановке целей, которая сама по себе сделает любой успех в достижении этих целей невозможным. А также вы научитесь точно рассчитывать усилия, необходимые для достижения любой цели — большой или маленькой. В завершение я расскажу вам, как привить себе привычку и воспитать в себе дисциплину действовать на уровне «в 10 раз больше». Поверьте мне: когда вы усвоите эту привычку, то успех не просто будет обеспечен — он будет нескончаемо порождать новые успехи и приводить к постоянным и — честное слово! — неизбежным триумфам.

Правило «в 10 раз больше» — это привычка и самодисциплина, а не результат образования и не дар природы, не талант и не везение. Для него не нужны особые черты характера, и каждый, кто захочет, сможет воспользоваться этим принципом. Это правило не стоит ничего — зато оно принесет вам всё, о чём вы только мечтали. Именно это и есть верный подход к постановке и достижению любых целей для людей или организаций. Я расскажу вам, как превратить это правило в образ жизни и единственный возможный подход к проектам. Правило «в 10 раз больше» позволит вам подняться над коллегами и конкурентами в своей сфере, и люди будут смотреть на вас почти как на полубога и сверхъестественного человека, когда увидят, как вы действуете и насколько вы привержены успеху. Они поймут, что вам стоит подражать, и не только в рабочих достижениях, но и в том, как извлечь из жизни всё возможное.

Правило «в 10 раз больше» упрощает и рассекречивает понятие успеха и объясняет, что требуется, чтобы быть успешным. Моя самая серьёзная личная ошибка заключалась в том, что я ставил планку задач недостаточно высоко, и это касается и карьеры, и личных целей. Ведь для великолепного брака не требуется больше усилий, чем для просто хорошего, точно так же как требуется одинаковое количество усилий, чтобы заработать 10 тысяч долларов и 10 миллионов. Кажется нелепым? Да нет, и вы увидите почему, когда сами начнёте действовать на уровне «в 10 раз больше». Ваши цели изменятся, а ваши действия наконец-то начнут отражать, кто вы есть на самом деле и на что вы действительно способны. Вы начнёте действовать, будете продолжать действовать снова и снова и добьётесь того, чего хотели, — вне зависимости от ситуаций и условий; с которыми вы сталкиваетесь. Именно образ действий в стиле «в 10 раз больше» и был самой важной причиной успеха, которого мне удалось добиться в жизни.

Как ставить цели, выполнять задачи, как действовать — всему этому не учат ни в школах, ни в университетах, ни на уроках управления, ни на семинарах по лидерству, ни даже на конференции в гостинице Four Seasons на выходных. Не существует формулы (по крайней мере, я не видел такой ни в одном учебнике), которая бы помогала определить верное количество усилий. Просто поговорите с любым директором или владельцем бизнеса, и он скажет вам, что, вне всяких сомнений, людям сегодня не хватает мотивации, рабочей этики и настойчивости.

Вам придётся и думать, и действовать в стиле «в 10 раз больше», чтобы достичь цели, — неважно, нацеливаетесь ли вы на то, чтобы улучшить социальные условия на нашей планете или создать самую прибыльную компанию в мире. Дело не в вашем образовании или талантах; не в связях, характере, счастливых случаях; не в деньгах или технологии; не в том, чтобы работать в верной области, и даже не в том, чтобы оказаться в нужном месте в нужное время. Я вас уверяю, что каждый раз, когда кто-то добивался масштабного уровня успеха, этот человек — неважно, был ли он филантроп, предприниматель, политик, консультант по организационным изменениям, спортсмен или кинопродюсер — неизменно действовал на основе правила «в 10 раз больше» на своём пути к достижению успеха.

Есть ещё одна составляющая успеха: вы должны уметь верно оценивать количество усилий, которое понадобится вам или же вашей команде, чтобы достичь какой-либо цели. Вы обеспечите достижение целей, если приложите точное и верное количество усилий. Все знают, насколько важно ставить цели, однако большинство людей не делают этого, потому что они недооценивают количество действий, нужное для их достижения. Единственное, что обеспечит вам успех, — это ставить верные задачи, оценивать необходимые для них усилия и затем действовать на нужном уровне. А это позволит вам предпринимать конкретные шаги на пути к своим мечтам и прорываться через заболоченные стереотипы в бизнесе, через конкуренцию и сопротивление клиента, через экономические барьеры, через боязнь рисковать и даже через страх неудач.

Правило «в 10 раз больше» принесёт вам верный успех вне зависимости от вашего таланта, финансов, организационных навыков или умения управлять временем, вне зависимости от вашей сферы деятельности и от количества удачи. Применяйте принципы этой книги так, будто от неё зависит ваша жизнь и ваши мечты, и тогда вы научитесь действовать на новой высоте — выше, чем вы когда-либо считали возможным!

Глава 1

Что такое правило «в 10 раз больше»?

Именно правило «в 10 раз больше» и ничто другое обеспечит вам то, чего вы хотите, — в большем количестве, чем вы даже можете себе представить. Оно применимо к любой области вашей жизни — духовной, физической, умственной, эмоциональной, семейной и финансовой. Это правило основано на расчёте того, сколько усилий и какой масштаб мышления нужны для того, чтобы добиться успеха в каком-то деле. Вероятнее всего, если вы взглянете на свою жизнь и на своё прошлое, то поймёте, что неизмеримо недооценили и количество действий, и уровень мышления, необходимые для того, чтобы довести какое-то начинание до уровня, который можно по правде назвать успешным. Хотя мне самому неплохо удавалась первая часть правила «в 10 раз больше» — оценивать нужный уровень усилий для достижения цели, — в то же время я ошибался во второй составляющей правила: так перестроить своё мышление, чтобы мечтать на даже не вообразимом ранее уровне.

Я изучаю успех вот уже почти три десятилетия, и я обнаружил, что в то время как существует соглашение о том, как ставить цели; быть дисциплинированным, настойчивым и целеустремлённым; о том, как управлять временем, пользоваться верными связями и заводить новые знакомства, — я чётко так и не понимал, что же именно разграничивает успех и поражение. Сотни раз на семинарах и в интервью меня спрашивали: «Какая черта характера или точка зрения, какое действие обеспечит человеку бесподобный успех?» Этот вопрос мучал меня, и я пытался понять: «Что именно больше всего повлияло на мой успех?» У меня нет никаких генов, которых не хватало бы другим, и уж точно нельзя сказать, что мне везло. У меня не было «нужных» связей, да и в университете для студентов голубой крови я тоже не учился. Так что же привело меня к успеху?

Когда я вспоминаю свою жизнь, то вижу, что была одна постоянная причина любого моего успеха: я всегда прилагал в 10 раз больше усилий, чем остальные. На каждую презентацию или встречу с клиентом,

что проводили остальные продавцы, на каждый их звонок я делал по десять из каждой категории. Когда я начал покупать недвижимость, то рассматривал в 10 раз больше вариантов, чем мог себе позволить, а затем делал много предложений — чтобы точно знать, что мне удастся купить то, что я хочу, по подходящей мне цене. Я действовал масштабно во всех своих начинаниях в бизнесе, и именно это и было самой главной и важной причиной всех моих успехов. Когда я создавал свою первую компанию, я был никому не известен и делал это без какого-либо делового плана. У меня не было ни капли знаний и умений и не было связей, а единственными средствами были деньги с новых продаж. Тем не менее мне удалось построить стабильный и жизнеспособный бизнес просто потому, что я действовал на уровне, который намного превышал то, что остальные считали разумным. Я добился известности и в результате на самом деле изменил целую сферу деятельности.

Позвольте уточнить: я не считаю, что добился небывалых высот успеха, и не думаю, что полностью использую свой истинный потенциал. Я прекрасно понимаю, что существует множество людей намного успешнее меня — по меньшей мере с точки зрения финансов. Но несмотря на то, что меня не зовут Уоррен Баффет или Стив Джобс и что я не один из основателей Facebook или Google, я всё же выстроил множество компаний полностью с нуля, что позволило мне радоваться жизни во всём. А причина того, почему я не достиг бесподобного уровня успеха в финансах, состоит в том, что я нарушал вторую часть правила «в 10 раз больше» — мышление в стиле «в 10 раз больше». И лишь об этом я и сожалею — что подходил к жизни с неверной точки зрения. Если бы я знал это, то ставил бы цели в 10 раз выше, чем ставил тогда, но, как и вы, я работаю над этим прямо сейчас — и ещё осталось несколько лет, чтобы всё исправить. В этой книге я снова и снова буду рассказывать о «необыкновенном» уровне успеха. По определению, «необыкновенный» значит «выше того уровня, на который способны и которого достигают обыкновенные люди». Конечно же, это определение зависит от того, с кем или с каким классом людей вы будете себя сравнивать. Прежде чем сказать: «Да мне не нужен необыкновенный успех», или «Не всё сводится к успеху», а может, «Я просто хочу быть счастливым», или что угодно, что вы сейчас бормочете про себя, поймите: если вы хотите подняться на новый уровень в своём деле (неважно каком), вам необходимо думать и действовать совершенно иначе, чем раньше. У вас не получится поднять свой проект на более высокий уровень или перейти к следующей стадии, если вы не начнете думать иначе — более масштабно и амбициозно, — если не ускоритесь и не поддадите лошадиных сил двигателю. То, кто вы и где вы по жизни,

определяется вашими мыслями и действиями. Так что логично будет сомневаться в правильности и тех, и других!

Допустим, что вы работаете, но у вас нет сбережений, и вы хотите получать дополнительно 1 000 долларов в месяц. А может быть, у вас сейчас 20 000 долларов на счету, но вы хотите накопить 1 000 000, или же у вашей компании годовой оборот продаж — 1 000 000 долларов, а вы хотите, чтобы он был 100 000 000. Быть может, вам нужно найти работу, похудеть килограммов на 20 или найти себе верного спутника или спутницу жизни. Все эти ситуации из разных сфер жизни, но у всех у них есть один общий знаменатель: человек, который стремится к этой цели, пока ещё не достиг её. Каждая из этих целей нужна и важна, и каждую нужно по-своему представить и сформировать в уме, к каждой подойти по-своему, чтобы её достичь. Можно каждую из них назвать необыкновенной, если она выходит за пределы того, что вам известно как «обыкновенное». Возможно, она не будет «исключительной» по сравнению со стремлениями других, но ваша цель всегда должна поднимать вас на новый и лучший уровень или вести вас к достижениям, которых у вас ещё пока не было.

У разных людей могут быть разные мнения о вашем успехе, но только вы сами можете решить, правда ли он необыкновенный. Только вы сами знаете свой потенциал и можете сказать, достигаете ли вы его, — больше никто не может судить о вашем успехе. Не забывайте: *определение успеха — это «степень, в которой кто-то достигает желанной цели, желанного результата»*. Когда вы добьётесь этого желанного результата, то возникнет вопрос: сможете ли вы поддерживать свои действия на том же уровне, повторять их или приумножать, чтобы не упускать данный результат? Несмотря на то, что слово «успех» может говорить о прошлом достижении, обычно его рассматривают и изучают не с точки зрения прошлого. Как раз наоборот — человек обычно стремится к успеху как к чему-то, чего он ещё хочет достигнуть. *Вот что интересно, если говорить об успехе: он чем-то напоминает вдох — хотя ваш предыдущий вдох и важен, он далеко не так важен, как следующий.*

Чего бы вы ни добились на сегодня, вы будете стремиться добиваться чего-то в будущем. Если вы прекратите стремиться к успеху, это то же самое, как если бы вы попытались прожить всю жизнь на прошлом вдохе. Всё меняется, и ничто не стоит на месте — чтобы поддерживать что-то, нужно уделять этому внимание и действовать. В конце концов, ведь невозможно же, чтобы брак продержался на одном лишь чувстве любви в день свадьбы.

Итак, те, кто добиваются успеха — будь то в карьере или в жизни, — не прекращают работать и создавать что-то даже после того, как уже

преуспели. Мир в изумлении и замешательстве смотрит на таких людей и спрашивает: «Зачем они всё ещё к чему-то стремятся?» Ответ простой: чрезвычайно успешные люди понимают, что нужно продолжать прилагать усилия, чтобы добиться чего-то нового. Как только прекращается охота за желанной целью, цикл успеха обрывается.

Один человек спросил меня недавно: «Ведь очевидно, что ты уже достаточно заработал, чтобы жить в достатке всю жизнь. Зачем стараться и дальше?» Затем, что я только о том и думаю, как вдохнуть следующий глоток успеха. Я одержим, когда речь идёт о том, чтобы оставить этой планете положительное наследие, оставить свой отпечаток. Больше всего я страдаю, когда ничего не добиваюсь, а счастливее всего себя чувствую, когда я в погоне за моим настоящим потенциалом, моими истинными способностями. То, что я недоволен и не удовлетворён моими нынешними достижениями, не говорит о том, что во мне что-то не так; наоборот — это говорит о том, что во мне что-то так. Я верю в то, что добиться личного успеха, а также успеха для моей семьи и моей компании и обеспечить себе будущий успех — мой этический долг. Никто не сможет убедить меня в том, что моё стремление к новым уровням успеха в чём-то ошибочно. Стоит ли мне довольствоваться моей вчерашней любовью к моим детям и моей жене или же мне стоит продолжать творить и одарять их любовью всё снова и снова — сегодня и завтра?

На самом деле у большинства людей нет того, что они считают успехом, и большинство хотят «чего-то большего» хотя бы в одной сфере жизни. Именно такие люди и прочтут эту книгу — те, у кого есть жажда чего-то лучшего. Если честно, кому не хочется чего-то большего: лучших отношений, больше приятного времени с любимыми, больше памятных событий? Кто не хочет пребывать в лучшей физической форме, иметь больше энергии и духовных знаний, а также быть способным вносить свой вклад в создание общественного блага? Всё это качества, по которым несметное количество людей определяет успех, но в них есть нечто общее — стремление к улучшению.

Чего бы вы ни хотели добиться или кем бы ни хотели быть — похудеть на 5 килограммов, написать книгу или же стать миллиардером, — ваше *стремление* добиться всего этого очень существенно при достижении цели. Каждая из этих целей жизненно важна для вашего будущего и выживания потому, что они указывают на ваш потенциал. Какова бы ни была ваша цель или ваше стремление, придётся думать по-новому, взяться за дело с неумолимой приверженностью и действовать масштабно, прилагать усилия, которые десятикратно превышают то, что вы считаете необходимым, а затем действовать снова и снова. Почти

что все проблемы, с которыми люди сталкиваются в карьере и других сферах жизни — будь то неудавшаяся диета, провалившийся брак или финансовые затруднения, — это результаты недостаточно масштабных действий.

Перед тем как сказать себе в миллионный раз: «Ах, я был бы счастлив, если только бы имел...», или «Мне не нужно быть богатым, а просто обеспеченным...», или же «Я хочу иметь лишь *достаточно* для счастья...», поймите нечто предельно важное: уже само то, что вы как-то ограничиваете желаемый успех, нарушает правило «в 10 раз больше». *Я вас уверяю, что когда люди начинают ограничивать уровень желаемого успеха, то они ограничат и те действия, которые нужны для достижения самого успеха, и потерпят ужасный провал, когда будут стараться удержать достигнутый успех.*

На это-то и нацелено правило «в 10 раз больше»: нужно ставить себе задачи, которые в 10 раз превышают ваши желания и стремления, а затем нужно делать в 10 раз больше, чем то, что вы считаете нужным, чтобы выполнить эти задачи. Нужно думать масштабно и затем масштабно действовать. Правило «в 10 раз больше» никоим образом не является ни обычным, ни обыкновенным, и оно именно такое, какое есть: «Мысли и действия должны в 10 раз превышать мысли и действия других». Правило «в 10 раз больше» напрямую связано с точкой зрения господства. Никогда не нужно делать то, что делают другие. Вы должны быть готовы делать то, на что не готовы другие, и даже предпринимать действия, которые вам могут показаться «нерассудительными». Точка зрения господства существует не для того, чтобы контролировать других, а для того, чтобы быть примером для остальных — в мыслях и действиях. Ваше мышление и ваши действия должны быть мерилom для остальных. Те, кто действует в стиле «в 10 раз больше», никогда не стараются просто достичь какой-то цели как таковой; такие люди хотят завоевать какую-то область, а для того, чтобы добиться этого, нужны неразумные и безрассудные действия. Если же вы приметесь за какую-то цель с установкой, которая как-то ограничивает возможный результат, то тем самым вы ограничите действия, которые нужны для достижения желанной вами цели.

Вот список основных ошибок при стремлении достичь целей:

- *Неверно ставить задачи* — они занижены и поэтому недостаточно мотивируют.
- *Очень серьёзно недооценивать действия, ресурсы, деньги и энергию, нужные для выполнения задачи.*
- *Тратить слишком много времени на конкуренцию и недостаточно — на господство в своей области.*

- *Недооценивать количество трудностей, барьеров и неприятностей, которые нужно будет преодолеть, чтобы действительно достичь желаемую цель.*

В Соединённых Штатах сегодня люди теряют недвижимость из-за неоплаты ипотеки, и эта проблема — прекрасный пример неверного применения шагов. Люди, которые стали жертвами этой ситуации, неверно ставили себе задачи, недооценивали нужное количество действий и слишком много думали о том, чтобы конкурировать, вместо того чтобы добиться такого положения, при котором они бы были непобедимы и неожиданные неудачи или барьеры не смогли бы их остановить. Когда популярность недвижимости поднялась, начался взлёт продаж домов и цены выросли, люди действовали на основе «стадного мышления», старались конкурировать, а не господствовать, и думали так: «Я должен делать то, что делает мой коллега, сосед, родственник», — вместо того чтобы думать: «Надо делать то, что лучше всего для *меня*».

Что бы ни утверждали люди, во что бы им ни хотелось верить, на самом деле каждый, у кого были неприятности в той запутанной ситуации (крах недвижимости и лишение имущества), неверно поставил себе цели и неправильно настроился на выживание. А затем количество раз, когда банк изымал имущество, повлияло на ценность домов по всей стране. И когда рухнул рынок недвижимости, это отрицательно повлияло на всё и даже на тех людей, которые вовсе не играли в «игру в недвижимость». Внезапно удвоилось, затем утроилось количество безработных. В результате эта ситуация выбила из колеи различные области производства, многие компании прекратили существовать, а сберегательные пенсионные счета многих людей просто опустошились. Даже самые искушённые инвесторы недооценивают, насколько богатым должен быть человек, чтобы не прогнуться под такой бурей. Можно винить кого хотите: банки, Федеральный резерв, ипотечных агентов, времена, неудачи или даже Бога, если вам угодно, но на самом деле все люди (и я не исключение!), а также бесчисленные банки, компании и даже целые отрасли деятельности неверно оценили ситуацию.

Когда люди не ставят себе цели в стиле «в 10 раз больше» и поэтому не действуют на десятикратном уровне, они подвергают себя болезни «разбогатею за ночь» и могут стать жертвами неожиданных изменений на рынке. Если бы вы занялись тем, что нужно, чтобы господствовать в своей сфере, то скорее всего не попадались бы на всяческие приманки. Я говорю из личного опыта, потому что сам попался в такую ловушку из-за того, что не поставил себе цели на десятикратном уровне, как следовало, и поэтому позволил втянуть себя в жульническую махинацию. Один человек познакомился со мной, завоевал моё доверие и заявил,

что сможет помочь мне заработать, если я просто стану союзником ему и его компании. Поскольку я был недостаточно привержен своим играм, недостаточно поставил в них на кон, я в это втянулся, и он навредил мне — сильно навредил. Если бы я верно определил свои собственные задачи, я был бы настолько занят их осуществлением, что у меня не было бы времени встречаться с этим мошенником.

Если вы посмотрите вокруг, то обнаружите, что люди в основном ставят себе задачи ниже оптимального уровня. На самом деле многим даже внушили ставить вообще не свои собственные задачи. Нас учат, что значит «много денег», что такое богатый, бедный или что такое средний класс. Мы живём с предубеждениями о том, что справедливо, что сложно, что возможно, что этично; «кто хороший, кто плохой, а кто злой»; что вкусно или красиво и прочее и прочее. Так что не думайте, что эти заранее установленные кем-то иным параметры не вторгаются и в ваше мышление при постановке целей.

Какую бы вы ни поставили цель, в какой-то миг вам будет трудно, и иногда у вас неизбежно будут разочарования в пути. Так почему бы тогда не поставить эти цели на гораздо более высоком уровне, чем тот, который вам изначально показался стоящим? Если уж для достижения целей понадобятся работа, усилия, энергия и настойчивость, то почему бы не приложить всё это в десятикратном масштабе? А что если вы на самом деле недооцениваете свои способности?

Возможно, вы сейчас протестуете: «Ну а как же разочарование, когда не достигаешь нереальных целей?» Отвлекитесь ненадолго и чуточку изучите историю, а ещё лучше — просто взгляните на свою собственную жизнь. Вероятнее всего, вы гораздо чаще расстраивались, когда ставили себе заниженные задачи, достигали их и именно тогда вдруг понимали с превеликим разочарованием, что всё равно не достигли того, чего хотели. Есть такая «школа мышления», которая говорит, что не нужно ставить нереальные цели, потому что тогда, возможно, вы поймёте, что не можете их достичь, и из-за этого сдадитесь. Но разве не лучше не достигнуть задачи в стиле «в 10 раз больше», чем не достигнуть одной десятой этой цели? Скажем, изначально я хотел заработать 100 000 долларов, а затем передумал и решил, что хочу 1 000 000. Какой цели лучше не полностью достигнуть?

Некоторые утверждают, что человек несчастлив из-за своих надежд и ожиданий, но я уверяю вас, основываясь на личном опыте, что вы будете очень сильно страдать, если поставите себе задачи ниже нужного

* «Хороший, плохой, злой» — фильм-вестерн 1966 года с Клинтом Иствудом, американским актёром.

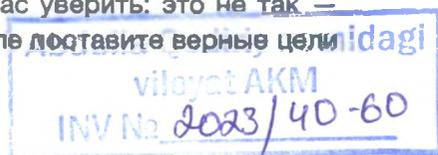
стандарта. Просто получится так, что вы не приложите нужные усилия, нужную энергию, не задействуете ресурсы, необходимые для того, чтобы учесть неожиданные условия, непредвиденные переменные, которые точно появятся в какой-то миг на протяжении проекта или мероприятия.

Зачем тратить свою жизнь на то, чтобы зарабатывать *лишь достаточно* денег и понять в результате, что этого *недостаточно*? Зачем ходить в спортклуб только один раз в неделю? Будут болеть мышцы, а изменений в теле не увидите. Зачем достигать только лишь «хорошего» уровня, когда вы знаете, что рынок награждает только образцовый и превосходный уровень? Зачем работать по восемь часов в день в таком месте, где никто вас не знает и не признаёт, когда вы можете быть суперзвездой — и, быть может, даже вести дела бизнеса или быть его владельцем? Для каждого из этих примеров потребуется энергия, и только задачи на уровне «в 10 раз больше» принесут вам нечто стоящее!

Хорошо, а теперь давайте вернёмся к нашему определению успеха — большинство людей ни разу не смотрели это слово в словаре и уж тем более не изучали эту тему. Что же на самом деле такое добиться успеха или быть успешным? В Средние века это слово часто означало, что кто-то завоевал трон. Английское слово *success* происходит от латинского *succedere* (добиваться успеха, быть преемником). Вот это настоящая власть! Русское же слово «успех» берёт корни от древнерусского слова, которое означало: «1) стремиться, двигаться; 2) приносить пользу; 3) созреть, преуспевать». В точном смысле слова, если что-то «успешно», это означает, что оно хорошо заканчивается, а «быть успешным» или «добиваться успеха» значит достигать желанной цели, желанного результата. Поэтому успех — это *цепочка* мероприятий или действий, которые заканчиваются как надо, или же *цепочка* достигаемых желаемых результатов.

Давайте приведём такой пример: вряд ли вы посчитаете диету успешной, если вы похудели на 5 килограммов, а затем поправились на 6. Иными словами, недостаточно достигнуть успеха — нужно его сохранить. А также стоит поднимать его на новый уровень, чтобы действительно убедиться, что вы его не потеряете. Да, конечно, можно один раз подстричь газон и преуспеть в этом, но в конце концов трава снова вырастет. Если вы хотите постоянно считать себя успешным хозяином хорошего сада или газона, то нужно постоянно ухаживать за ним. Мы говорим сейчас не о том, чтобы один раз добиться какой-то одной цели, а о том, что мы можем создавать постоянно.

Пока вы не начали беспокоиться о том, что вам придётся всегда трудиться и работать над этим, позвольте мне вас уверить: это не так — в том случае, если вы сразу же, в самом начале поставите верные цели



в стиле «в 10 раз больше». Спросите любого неимоверно и бесподобно успешного человека в любой области, и он вам скажет, что у него никогда не было чувства «работы» как таковой. Большинство людей чувствует, что им приходится «работать», потому что недостаточно выигрыша, результатов, потому что всё это не приводит к достаточной победе — которая и нужна, чтобы не было чувства «работы».

Вы должны нацелиться на такой успех, который будет расти на основе предыдущих успехов, который не просто «выстреливает» один раз, а всё время продолжается. Это книга о том, как достигать небывалых результатов; о том, как быть уверенным в том, что вы их достигнете; о том, как удерживать их, а затем поднимать всё это на новый уровень и при этом не чувствовать, что вы «работаете». Не забывайте: *человек, который как-то ограничивает возможный успех, так же ограничит и свои действия при достижении этого успеха.*

Ещё очень важно не забывать о том, что важен не сам предмет достижений — иными словами, не цель, не задача; это не столь важно, как сам ваш настрой и действия, которые нужны, чтобы добиваться целей на уровне «в 10 раз больше». Вне зависимости от того, к чему вы стремитесь — быть профессиональным лектором, популярным писателем, одним из лучших директоров компаний, прекрасным родителем, замечательным учителем, или, может, вы стремитесь к браку, достойному подражания, к отличной физической форме, к тому, чтобы выпустить фильм, о котором по миру будет поколениями ходить молва, — ради всего этого вам придётся выйти из нынешних границ и посвятить себя мыслям и действиям в стиле «в 10 раз больше».

Любая желанная задача или цель всегда предполагает, что есть ещё что-то, чего можно добиться, — неважно, сколько и чего вы добились по сей день. Пока вы живы, вы будете жить либо для того, чтобы воплощать свои собственные цели и мечты, либо будете инструментом для целей других. В этой книге мы можем также определить успех как достижение нового уровня желанных результатов. И достижения, и успех должны быть такими, чтобы навсегда изменить ваше восприятие себя и своей жизни, ваше восприятие того, как вы прилагаете усилия, и — важнее всего, возможно, — чтобы навсегда изменить то, как вас воспринимают другие.

Правило «в 10 раз больше» рассказывает о том, как нужно мыслить и что нужно делать для того, чтобы добиться результата, от которого вы почувствуете удовлетворение в десять раз сильнее, чем то чувство, которое вы когда-либо представляли. Такой уровень успеха невозможно достичь просто «нормальными» мыслями и действиями. Так что, если люди и достигают нормальных целей, обычно они не чувствуют

достаточного удовлетворения. Посредственные браки, обычные банковские счета, обыкновенное здоровье, нормальные компании и товары и т. д. как раз и есть именно обычные, нормальные, посредственные и средние.

Ну что, вы готовы к приключению «в 10 раз больше»?

ВОПРОСЫ

1. Из каких двух частей состоит правило «в 10 раз больше»?
2. Какие четыре самых серьезных ошибки совершают люди, когда ставят цели?
3. Почему неверно ставить себе слишком низкую цель?
4. Вы готовы «десятикратить» (мыслить и действовать на уровне «в 10 раз больше»)?

Глава 2

Почему необходимо правило «в 10 раз больше»

Сейчас мы с вами поговорим о том, почему же необходимо мыслить и действовать на уровне «в 10 раз больше», но сперва позвольте мне немного поделиться своим личным опытом. В каждом из моих проектов я всегда недооценивал количество времени, энергии, денег и усилий, необходимых для достижения успеха в этом начинании. Каждый раз, когда я стремился получить какого-то клиента или пробовал себя в новом секторе бизнеса, всегда требовалось в 10 раз больше электронных и обычных писем, звонков и контактов с клиентами, чем я предполагал в начале. Даже на то, чтобы добиться свиданий, а затем руки моей жены, потребовалось в 10 раз больше усилий и энергии, чем я думал (но поверьте — оно того стоило!).

Я вас уверяю, что какими бы превосходными ни были ваш товар, ваша услуга или ваше предложение, возникнет нечто, чего вы не ожидали или что не запланировали верно. Колебания экономики и рынка, юридические дела, конкуренция, нежелание людей что-то менять или переходить на что-то новое, слишком новый товар, банки, которые «выходят из строя», изменения в технологии, неполадки в людских отношениях и они же снова, выборы, война, забастовки — вот вам лишь несколько возможных «неожиданных» ситуаций. Я пишу это не ради того, чтобы испугать вас, а как раз наоборот: чтобы показать вам, где и в чём наилучшие возможности. Мысли и действия в стиле «в 10 раз больше» жизненно важны — это единственное, что поможет вам выдержать то, что я описал. Одних только денег недостаточно — да, они могут помочь, но сами по себе не приведут вас к цели. Если вы вступаете в битву и при этом у вас не хватает нужных войск, провианта, оснащения и боеприпасов, настойчивости и выносливости, то вы вернётесь домой, проиграв, — вот и всё. Недостаточно завоевать какую-то территорию; нужно ещё уметь сохранить и отстоять её.

Я начал свое первое дело в 29 лет. Большинство людей не готовы начать свой собственный бизнес, потому что не хотят, чтобы истощи-

лась зарплата, а это неизбежно. Я же к этому подготовился (так мне казалось, по крайней мере) и предположил, что мне понадобится три месяца, чтобы снова прийти до того уровня дохода, который у меня был на предыдущей работе. Что ж, мне потребовалось почти три года, чтобы мой бизнес начал обеспечивать меня на том же уровне, что и прошлая работа. Это в 12 раз дольше, чем я ожидал. Я едва ли не бросил всё после трёх месяцев — нет, не из-за денег, а из-за того, что я испытал такое сильное сопротивление и разочарование.

У меня был весьма конкретный список причин, почему моя компания не сможет стать успешной, — я составил его, чтобы уговорить себя, что не стоит продолжать. Я был не просто разочарован, а был в полном смятении и на грани безнадёжности и поражения. Я просто пошёл к другу и сказал: «Всё, я не могу так больше, я кончаю с этим». Я придумывал всевозможные причины, почему дело не шло: у клиентов не было денег, экономика «отстойная», неподходящий момент, я слишком молод, до моих клиентов не доходит, люди не хотят меняться, я придурок, они придурки — и так до бесконечности.

Я долго размышлял, почему всё шло не так, как надо, и наконец понял, что, очень возможно, я совершенно не там ищу совершенно не тот ответ.

Мне в голову даже и не приходило, что я в самом начале просто неверно оценил, сколько усилий потребуется для того, чтобы вывести что-то новое на рынок. Да, у меня была новая идея, я рассказывал о ней, но никто её изначально не просил. Мои средства были ограничены, и я не мог себе позволить нанимать сотрудников и давать рекламу — к сожалению, потому что никто не знал ни меня, ни мою компанию. Я не знал, что именно нужно делать, у меня не было нужных навыков, и я просто обзванивал новых клиентов — «холодные» звонки. Я понял, что если что-то и получится, то нужно больше *усилий*, а не оправданий.

Как только я прекратил рассматривать всевозможные неверные причины, я принял твёрдое решение добиться успеха — тем, что десятикратно умножил свои усилия. Как только я полностью посвятил себя делу, всё стало меняться мгновенно: я снова вышел на рынок с верной оценкой усилий, и появились результаты. Я начал делать по 20-30 звонков в день вместо двух или трёх. Как только я укрепил свою приверженность делу, поднял её на новую высоту и подогнал свои действия к верному уровню мышления, рынок начал реагировать. Да, всё равно было непросто, и иногда я расстраивался, но когда я десятикратно увеличил свои усилия, я стал получать в четыре раза больше результатов.

Если вы недооцените необходимое количество времени, энергии и усилий, которые нужны, чтобы достичь чего-то, то вы сдадитесь вну-

три себя, и это проявится в голосе, осанке, выражении лица, в том, как вы держитесь, и в вашей презентации. И в таком случае вы не вырабатываете в себе достаточно настойчивости, чтобы выполнить свою миссию. С другой стороны, если вы верно оцените необходимое количество усилий, то у вас будет верный подход, верная точка зрения. Рынок почувствует, что вы сильны, что с вами стоит считаться, что вы никуда не денётесь, и откликнется на это.

На протяжении последних 20 лет я консультировал тысячи людей и компаний, и я ни разу не видел, чтобы хоть кто-то верно оценивал усилия и думал достаточно масштабно. Всегда требовалось больше, чем люди считали нужным, о чём бы ни шла речь: построить дом, собрать на что-то средства, выиграть судебное дело, получить работу, продать новый товар, освоиться на новом рабочем месте, получить повышение, поставить фильм или найти себе «того самого мужа» или «ту самую жену». Пока что я ещё не встречал никого, кто сказал бы, что какое-либо из этих достижений было простым. Те, кто стоят в стороне, могут считать, что несложно достичь такой цели, но те, кто сами её достигли и знают, что для этого потребовалось, никогда так не скажут.

Если вы неверно оцениваете необходимые для какой-то цели усилия, то вы разочаровываетесь, теряете надежду, что выражается и в вашей внешности, и в вашем поведении. В результате вы находите неверный источник проблемы и раньше или позже предполагаете, что цель недостижима, — и поднимаете белый флаг. Первая реакция большинства людей (это касается и руководителей) — это снизить планку, а не увеличить усилия. На протяжении многих лет я видел, как руководители отделов продаж разных компаний именно так и поступали со своими командами. Они ставят определённую квоту или соглашаются на какую-то задачу в данном квартале, а затем проходит половина квартала, и они понимают, что неспособны этого достичь. И тогда они проводят собрание и снижают планку цели на что-то более достижимое, чтобы сохранить в команде мотивацию и дать её членам возможность выиграть.

Это *серьёзная* ошибка, и вы не должны даже рассматривать такой вариант. Такой подход даёт компании и сотрудникам неверное представление, что задачи неважны и что выиграть можно, только если придвинуть к себе финишную прямую. Отличный руководитель будет побуждать сотрудника делать больше и рискнуть неудачей, а не снижать задачу. Представление о том, что нужно снижать задачи, чтобы люди почувствовали себя лучше, приведёт к тому, что упадут боевой дух, надежды и ожидания, притупятся навыки и все начнут придумывать причины (а лучше назвать их оправданиями), почему команда не может достичь своих целей. *Никогда не снижайте целей — просто действуйте больше и*

масштабней! Когда вы начинаете пересматривать свои цели, придумывать оправдания, отказываться от ответственности и спускать себе что-то с рук, то вы отказываетесь от своих мечтаний! Подобные действия должны указать вам на то, что вы идёте не по той дороге и что пора принять иную точку зрения и пересмотреть свою изначальную оценку того, сколько усилий необходимо для достижения цели.

Правило «в 10 раз больше» принимает за данность, что сама задача *никогда* не бывает неверной. *Можно достичь любой цели, если атаковать её верными действиями в нужном количестве и быть настойчивым.* Пускай даже я хочу посетить другую планету — следуя данному правилу, я должен предположить, что верные действия в нужном количестве на протяжении достаточного времени (каким бы оно ни было) приведут меня к цели. Когда люди в своей неверной оценке занижают нужное количество действий, то они обязательно начнут оправдываться и стараться как-то логично объяснить ситуацию. Похоже, что у всего человечества есть некий встроенный калькулятор, который включается автоматически; единственная цель этого устройства — оправдывать неудачу. Ошибка вот в чём: похоже, что люди чаще всего используют всяческие объяснения и всегда первым делом думают о каких-то иных причинах — только *не* о количестве и *не* об уровне действий.

По всей видимости, этот калькулятор подчиняется скорее эмоциям, чем логике: он выдает суждения о проекте, клиентах, экономике и недостатках самого человека — всё это как способ оправдания, почему что-то не получается. Скорее всего, так получилось, потому что через средства массовой информации, систему образования и наше воспитание в наш калькулятор внесли ложную информацию в виде таких оправданий, как «да просто рынок к этому не готов», «экономика страдает», «этот товар не нужен людям», «я не создан для такого занятия», «мы поставили нереальные задачи» — и так до бесконечности. Но чаще всего дело в том, что вы просто неверно оценили необходимое количество усилий. Вне зависимости от того, насколько благоприятно время, вне зависимости от экономики, товара, от размера вашей компании или масштаба проекта, — верные действия на верном уровне, если выполнять их на протяжении достаточного времени, приведут вас к успеху.

Уже 30 лет я создаю и организовываю новые компании и вывожу на рынок новые товары и идеи, и могу точно сказать вам на основе своего опыта, что всегда будет нечто, что вы не предусмотрели, вне зависимости от того, насколько подробно вы составили свой деловой план. Пусть даже ваш товар не имеет никакой себестоимости, пусть он в 100 раз качественнее товара самых сильных конкурентов — всё равно вам придётся действовать в стиле «в 10 раз больше» для того, чтобы прорваться

через рыночный шум и гам и дать людям знать о вашем товаре. Примите за данность, что *каждый* ваш проект потребует больше времени, денег, энергии, усилий и людей, чем вы вообще можете себе представить. Умножьте все свои подсчёты на 10, и, скорее всего, вы в безопасности. А если вдруг не потребуются в 10 раз больше, чем вы считали нужным, — что ж, прекрасно: приятный сюрприз лучше огромного разочарования.

Если вы хотите, чтобы ваш товар или услуга, ваша идея поскорее вышли на рынок, то нужно обязательно предпринимать десятикратные действия во всём — для того чтобы товар стал более широко известен, был доступен большему количеству людей, и всё это за более короткий срок. Например, если вы планировали, что потребуется один сотрудник, чтобы представить вашу идею рынку, то решите, что нужно десять, и тогда, быть может, вам удастся сократить время до получения результата. Но не забывайте, что на 10 человек уйдет в 10 раз больше денег, и кто-то должен управлять этими десятью людьми.

Если устанавливать критерии и стандарты на десятикратном уровне, то это поможет вам учесть непредвиденные переменные, которые могут нагрязнать на любой стадии проекта: трудности с сотрудниками, перепады в экономике, национальные или всемирные события, конкуренция, болезнь и т.д. А если к этому добавить ещё сопротивление рынка, людское нежелание меняться, обновления в технологии — то вот вам целая груда дополнительных возможных факторов.

По какой-то причине, когда кто-то придумывает идею и хочет вывести что-то на рынок, этот человек овеян чувством оптимизма, которое часто приводит к тому, что он очень серьёзно недооценивает, что нужно, чтобы довести свой проект до конца. Очевидно, что важно быть вдохновлённым любым делом, за что бы вы ни брались, но не нельзя забывать один важный факт: ваших потенциальных клиентов ваш проект воодушевляет меньше — потому что они о нём пока вообще ещё не знают. Скорее всего, ваша потенциальная публика только начинает вникать в эту идею и задумываться над ней. Возможно и то, что рынок откликнется апатией — вообще не будет никакого отклика.

Не подумайте, что я советую вам пессимистично настраиваться, — нет, просто готовьтесь. Бросьте на ваш проект все силы в стиле «в 10 раз больше» — будто от проекта зависит ваша жизнь. Предпринимайте каждое действие так, будто вас снимают на кинокамеру. Притворитесь, что вас сейчас записывают как будущий пример для ваших детей и внуков, что они будут учиться успеху, глядя на вас. Набросьтесь на всё в жизни с безумством спортсмена-чемпиона, у которого сейчас последний шанс войти в историю. И никогда не забывайте во всём проявлять настойчивость и доходить до финиша — этим превосходным качеством как раз

и отличаются все победители. Они полностью доводят каждое действие до конца. Не оправдывайтесь, примите непоколебимую точку зрения «не отступать и не сдаваться» и подходите к любой ситуации с настроением «я выиграю во что бы то ни стало». Возможно, вам это кажется слишком настырным, воинственным? Простите, но именно такая точка зрения нужна сегодня для победы.

Я знаю, что вы, наверное, уже слышали это, но успех не «случается просто так». Успех — это результат постоянных, неослабевающих и правильных действий на протяжении какого-то времени, и добьются успеха лишь те, кто верно мыслит и действует соответственно. Да, конечно, удача и везение играют какую-то роль, но все, кому везёт, скажут вам, что их везение прямо пропорционально их действиям. Чем больше вы действуете, тем больше вероятности, что вам «повезёт».

ВОПРОСЫ

1. Какова первая реакция большинства людей (в том числе и руководителей), когда они не выполняют своих задач?
2. Когда вы ловите себя на том, что придумываете оправдания, почему вы не добиваетесь своих целей, о чём это вам говорит?
3. Найдите цитату и заполните пропуски:
4. Правило «в 10 раз больше» принимает за данность, что сама задача никогда не бывает _____. Можно _____ любой цели, если атаковать _____ в _____ и быть настойчивым.

Глава 3

Что такое успех?

Я знаю, что не раз уже упоминал успех, но давайте определим его точнее. Скорее всего, для вас это понятие значит нечто иное, чем для меня, — на самом деле определение зависит от того, какая у человека жизненная ситуация и какое положение, а также что ему интересно. В раннем детстве успех может означать лечь спать позже, чем обычно, или же получить карманные деньги. Но всего лишь через несколько лет это уже становится скучным, и в подростковые годы успехом уже могут быть своя спальня, свой телефон и разрешение позже возвращаться домой. Когда вам 20 с небольшим, то успех для вас, быть может, означает обустроить свою собственную квартиру и получить повышение по работе. Затем, возможно, понятие меняется и означает: брак, дети, снова повышения, путешествия, больше денег. По мере того, как вы взрослеете и меняются условия жизни, ваше понимание успеха снова будет меняться. Когда вы станете намного старше, вероятно, успех для вас будет означать хорошее здоровье, семья, внуки, наследие и память, которые вы после себя. На ваше определение успеха повлияют разные факторы: ваше положение в жизни и те обстоятельства, с которыми вы сталкиваетесь, а также те ситуации, происшествия и люди, на которые больше всего направлено ваше внимание. Успеха можно добиться в любой области: финансовой, духовной, физической, умственной, эмоциональной, в филантропии, в семье, в обществе и общественной деятельности. Но где бы вы его ни нашли и ни добились, вот самое важное и необходимое, что нужно знать, чтобы добиться успеха и сохранить его:

- 1) Успех важен.
- 2) Успех — это ваш долг.
- 3) Нет нехватки успеха.

Расскажу вам о первом принципе в этой главе, а об остальных — в последующих.

Успех важен

Неважно, к какой культуре принадлежит человек, какая у него раса или религия, экономическая ситуация или в какой он общественной группе, — большинство людей согласятся, что успех предельно важен для благополучия самого человека, семьи и его группы, и он, определённо, важен для того, чтобы все эти вещи сохранялись в будущем. Успех даёт человеку уверенность, стабильность и защиту, довольство и спокойствие, способность помогать другим и вносить вклад на более высоком уровне; наконец, он позволяет вам стать лидером в глазах остальных и подарить им надежду — показать им, чего можно достичь. Без успеха всё прекратит выживать и процветать — и вы сами, и ваша группа или компания, и ваши мечты и цели, и даже сама цивилизация.

Представьте себе успех с точки зрения расширения. Если нечто — что угодно — не развивается и не совершенствуется — будь то корпорация, раса, чья-то мечта, — то это нечто прекратит существовать. В истории уйма примеров и доказательств того, что когда прекращается расширение, то происходит катастрофа. Можно вспомнить и викингов, и Древнюю Грецию и Рим, и Россию при коммунистическом режиме, и бесконечное число компаний и товаров. Чтобы что угодно — вещи, места, люди — продолжали существовать, необходим успех.

Ни в коем случае нельзя преуменьшать важность успеха, представлять его неважным — ни в своём мышлении, ни в беседе; как раз наоборот — успех *жизненно важен!* Любой человек, который говорит вам, что успех не важен для вашего будущего, уже сам сдался и отказался от возможности чего-то добиться, а теперь посвящает свою жизнь тому, чтобы убедить других сделать то же самое. Чтобы продолжать действовать и существовать, люди и группы должны деятельно добиваться своих целей и выполнять поставленные задачи. Если же они этого не делают, то они прекратят существовать или же их поглотит кто-то или что-то ещё. Компании и сферы деятельности, которые хотят сохранить за собой свой статус, должны успешно создавать продукцию, внедрять её на рынок, добиваться, чтобы клиенты, сотрудники и инвесторы были довольны, а затем повторять этот цикл снова и снова.

Слишком уж много в ходу «миленьких» пословиц, которые, очевидно, обесценивают успех. Например, «Успех — это сам путь, а не место назначения». Да ладно! Когда наступают ужасные спады в экономике, все очень быстро понимают, что такими миленькими выражениями не добудешь еду и не оплатишь ипотечные взносы. Спады в экономике последних лет должны были недвусмысленно дать нам понять, насколько все мы недооценивали важность успеха — и насколько он необходим

для нашего выживания. Недостаточно просто играть в игру — надо обязательно научиться выигрывать в этой игре. Выигрыш во всём, во что вы решаете играть, и есть залог того, что вы сможете расти и расширяться дальше, а также выигрыш даёт вам уверенность, что и вы и ваши идеи выживете и будете существовать в будущем.

Достижение успеха не менее важно для того, насколько человек ценит и как воспринимает самого себя, потому что успех поднимает уверенность, улучшает воображение и укрепляет чувство безопасности и стабильности, а также поднимает в ваших глазах важность того, чтобы делать вклад во что-то, кроме себя. Те, кто не способен обеспечить свою семью и свою будущую стабильность, ставит и себя, и семью под угрозу. Те, кто не успешны, не могут покупать товары и услуги, а это может привести к тому, что экономика снизит обороты и упадёт общая сумма налогов, что в свою очередь отрицательно повлияет на финансирование школ, больниц и социальных услуг. На лекциях как раз примерно в этот момент кто-то мне обычно говорит: «Но дело же не только в успехе» — да, конечно, *не только*. Но мне всегда интересно, что люди хотят доказать таким утверждением. Когда кто-то на моих семинарах говорит мне такое, я часто отвечаю нечто вроде: «А не пытаетесь ли Вы занизить важность того, чего не смогли достигнуть сами?»

Очнитесь! К какой бы вы ни стремились цели — успех на самом деле просто необходим! Если вы потеряете интерес к делу, то потеряете и свои победы, сдадите позиции, а если будете слишком долгое время сдавать позиции, то просто-напросто *сдадитесь!* Выигрывают ли дети от того, что видят, как их папы или мамы проигрывают или сдаются? Выигрывает ли кто-нибудь вообще, если вы не можете продать свои творческие произведения, опубликовать свою прекрасную книгу или донести до людей отличную идею, которая поможет всем и вся? Никто не выиграет от вашего поражения. А вот если бы вы могли развернуть ход событий и добиться поставленных целей, воплотить свои мечты — это совершенно другое дело.

ВОПРОСЫ

1. Запишите какие-нибудь «миленькие» пословицы, которые вам доводилось слышать об успехе.
2. Почему для вас важен успех и как достижение успеха улучшило бы вашу жизнь?

Глава 4

Успех — это ваш долг

Однажды в моей жизни произошёл переломный момент, и это случилось, когда я прекратил расслабляться и просто ждать успеха, как у моря погоды, и стал смотреть на него как на свой долг, свою обязанность и свою ответственность. Я начал рассматривать успех как самое настоящее дело этики: свой долг перед семьёй, компанией, перед своим будущим, а не просто как нечто, что, может быть, снизойдёт на меня, а может быть, и нет. Семнадцать лет своей жизни я потратил на школьное и университетское образование, которое должно было подготовить меня к жизни в этом мире, — но там не было ни одного курса об успехе. Ни разу никто мне не рассказывал о важности успеха, а уж тем более о том, как его добиваться. Это удивительно! Я потратил годы и деньги на образование, впитывал данные, читал сотни книг, сидел на уроках, и всё равно у меня не было цели.

И всё же мне повезло, и в моей жизни произошли два необычных события, которые разбудили меня, встряхнули по-настоящему и стали призывом к действию. В каждом из них была серьёзная угроза моему выживанию и существованию. Первый раз это произошло, когда мне было 25 лет. Моя жизнь тогда была жалкой путаницей, которую я создал сам, потому что годами жил бесцельной жизнью и просто плыл по течению — без цели, без назначения. Денег у меня не было вообще, зато неуверенности было сколько угодно; было слишком много свободного времени, никакого пути, и в то время я всё ещё не принял твёрдого решения, что успех — это моя обязанность. Если бы тогда меня не осенило, если бы я не занялся своей жизнью всерьёз, то думаю, вряд ли я был бы жив сегодня. Знаете, чтобы умереть, не обязательно состариться — я умирал уже в 20 лет, потому что моя жизнь не имела ни направления, ни цели. Я тогда не мог удержаться на рабочем месте, я окружил себя неудачниками, был неизлечимо безнадежен, да и ко всему этому ещё и каждый день пил и принимал наркотики. Если бы я продолжал в том же духе и если бы меня ничто тогда серьёзно не

встряхнуло, то в лучшем случае я далее жил бы серой посредственной жизнью, а скорее всего — всё было бы гораздо хуже. Если бы я тогда не решил бесповоротно, что должен прожить успешную жизнь, то не нашёл бы свою личную цель и продолжал бы воплощать чужие цели. Давайте посмотрим правде в глаза: есть куча людей, которые просто существуют, и я-то уж точно могу это утверждать. Я тогда работал в продажах и относился к ним с презрением. Как только я посвятил себя карьере продаж и решил сделать всё, что нужно, чтобы добиться в ней успеха, моя жизнь изменилась.

Второй раз я очнулся, когда мне было 50 лет и был самый сильный спад в экономике со времён Великой депрессии в США. Каждая — именно каждая — сфера моей жизни была в опасности, и то же самое происходило с миллиардами других людей, компаний, сфер деятельности и даже с целыми экономиками. Чуть ли не за одну ночь стало очевидно, что у моей фирмы недостаточно сильные позиции в своей сфере и что будущему компании грозит опасность. К тому же подверглось риску и моё личное финансовое благополучие — то, что многие считали колоссальным финансовым состоянием, попало под угрозу. Я помню, что как-то включил телевизор и слушал репортаж о том, что растёт количество безработных, что состояния рушатся из-за ситуации на бирже и из-за изменений в области жилья и недвижимости, о том, как у людей отнимают дома из-за неуплаты, закрываются банки, а правительство спасает компании от банкротства и краха. Именно тогда я и понял, что довёл свою семью, свои компании и себя самого до опасного положения — тем, что начал почивать на лаврах и прекратил добиваться успеха, добиваться так, будто это мой долг, моя обязанность и моя ответственность. Я потерял цель, стремление и целеустремлённость.

Оба раза были поворотными точками в моей жизни — я пробуждался и понимал, что успех важен для того, чтобы жизнь была полноценной. Во второй раз я понял, что нужен больший успех, чем считает большинство людей, и что постоянное стремление к успеху должно быть не просто возможным вариантом, а *безоговорочной необходимостью*.

Большинство людей смотрят на успех так же, как я это делал до того, как решил посвятить себя успеху. Такие люди считают, что успех не так уж важен — что его можно добиваться, а можно и нет, что это просто нечто, что происходит с кем-то другим. А есть люди, которые довольствуются небольшим успехом и считают, что если у них есть хоть чуточка успеха, то всё будет хорошо.

Люди рассматривают успех как возможный вариант, как выбор. Как раз это и есть одна из главных причин, почему большинство даже

близко не подбирается к тому, чтобы воплотить свой истинный потенциал и почему меньше людей достигают успеха, чем могли бы. Задайте себе вопрос: «Насколько я использую все свои способности?» Возможно, что ответ вам не очень понравится. Если вы не считаете своим долгом полностью воплотить в жизнь свой потенциал и свои способности, то вы этого не сделаете — и точка. Если вы не подойдете к успеху как к своему этическому долгу, то у вас не будет чувства обязанности, не будет нужного толчка, чтобы раскрыть все свои способности. Люди просто-напросто не подходят к успеху с точки зрения: «это моё», «это моя миссия — умру, но добьюсь», «иначе нельзя», не стремятся к нему как голодный волк, который бежит за оленем. И затем всю свою оставшуюся жизнь люди просто придумывают оправдания, почему они не достигли успеха. Именно так и происходит, если вы рассматриваете успех не как свою обязанность, а просто как возможный вариант.

В нашей семье считается, что успех необходим для будущего и выживания семьи. У нас с женой в этом совпадают мнения, и мы часто говорим о том, почему успех так важен, и решаем, что именно нужно делать, чтобы успеху не препятствовали какие-то вторичные дела. Говоря об успехе, я имею в виду не только деньги, но и наш брак, здоровье, религию, вклад в общество и в будущее — такой успех, который будет существовать долго после того, как нас уже не будет. Успех нужно любить так же, как настоящие родители любят своих детей: для них дети — это честь, обязанность и приоритет. Хорошие родители сделают всё, что нужно, чтобы позаботиться о ребёнке. Они встанут посередине ночи, чтобы покормить малыша, будут работать настолько усердно, насколько нужно, и так много, как нужно, чтобы одеть и прокормить детей; они заступятся за детей и даже будут рисковать для них своей жизнью. Именно так необходимо подходить к успеху.

Прекратите себя обманывать

Довольно часто, когда люди не получают того, чего хотят, они начинают придумывать оправдания и даже обманывают себя тем, что начинают преуменьшать для себя важность успеха. В современном обществе несложно заметить такую тенденцию среди целых слоёв и категорий населения. Подобные идеи можно прочесть в книгах, услышать в церкви и увидеть, как их распространяют в школах. Например, когда дети не получают чего-то, чего хотят, они сперва недолгое время будут спорить и добиваться этого, затем — плакать, а потом убедят себя, что и вовсе не желали этого изначально. Нет ничего плохого в том, чтобы признать,

что вы чего-то хотели, но вам не удалось это воплотить. Ведь на самом деле это единственное, что поможет вам в конце концов достичь своей цели, несмотря на препятствия на пути.

Даже тем из нас, у кого самые лучшие связи и кто более всех одарён судьбой, всё равно придётся сделать что-то, чтобы оказаться в нужном месте в нужное время и в компании «нужных» людей. Как я писал в конце прошлой главы, удача — это лишь один побочный результат для тех, кто действует больше всех. Успешные люди кажутся везучими, потому что успех по природе своей открывает двери новому успеху. Когда люди достигают целей, то они как по волшебству набираются скорости и сил, что побуждает их ставить ещё более высокие цели и затем достигать их. Если вам не известны тайны успешных людей, если вы не видели их жизнь изнутри, то вы не видели и не слышали, сколько раз они стремились к победе и терпели поражение. И это понятно: ведь мир обращает на них внимание лишь только тогда, когда они побеждают.

Полковник Сандерс основал кафе Kentucky Fried Chicken (KFC) и сделал его известным, но ему пришлось более 80 раз рассказывать о своей идее, чтобы кто-то поверил в неё. Сталлоне понадобилось всего три дня, чтобы написать сценарий фильма «Роки» — фильма, который собрал 200 миллионов долларов чистых кассовых сборов, но когда он написал сценарий, у него вообще не было денег, он не мог платить за отопление в квартире и ему даже пришлось продать свою собаку за 50 долларов, чтобы купить продукты. Над Уолтом Диснеем и его идеей парка развлечений смеялись, но сегодня люди по всему миру платят 100 долларов за вход и копят всю жизнь на семейный отпуск в Disney World. Пусть эта видимая удача и это везение не вводят вас в заблуждение. Везучие люди не становятся успешными; те же, кто полностью посвящает себя успеху, кажутся везучими в жизни. Кто-то сказал однажды: «Чем больше я работаю, тем больше мне везёт».

Можно пойти ещё дальше и выразить это так: если вам удастся постоянно создавать успех, то он из «успеха» превратится скорее в привычку и для некоторых из вас станет чуть ли не обычным стилем жизни. Иногда говорят, что у успешных людей есть некая харизма, какое-то неизвестное качество, волшебное очарование, которое как будто бы окружает их и следует за ними. Почему? Потому что люди успеха подходят к успеху как к своему долгу, своей обязанности и ответственности, даже как к своему праву! Давайте предположим, что у двух людей возникает реальный шанс достичь успеха. Как вы думаете, кому достанется этот успех? Тому, кто считает, что успех — его долг, и поэтому протянет руку

и схватит его, или же тому, кто настроен так: «ну ладно, как получится»? Думаю, что вы знаете ответ.

Пускай это говорится часто, но всё равно скажу — не бывает «мгновенного» успеха. Успех — это всегда результат более ранних действий, какими бы они ни казались незначительными и как бы давно человек ни предпринимал эти действия. Когда кто-то называет компанию, товар, актёра или музыкальную группу «мгновенным успехом», он совершенно не понимает, на какой риск пришлось пойти, на что нужно было решиться этим людям для того, чтобы проложить себе путь к успеху. Такие наблюдатели не видят тех бесчисленных действий, которые предпринимали победители до того, как прийти к выигрышу и добиться своей полностью заслуженной победы.

Успех — это, во-первых, результат умственного и духовного настроения, решения человека, что ему принадлежит успех, а во-вторых, это результат необходимых действий на протяжении нужного времени — до тех пор, пока успех не будет достигнут. А если подходить к этому с более слабым порывом и не считать успех своим этическим и моральным долгом, обязанностью и ответственностью перед семьёй, компанией и своим будущим, то, скорее всего, вы не добьётесь успеха, а уж тем более сложно будет его сохранить.

Я уверяю вас, что, как только вы, ваша семья и ваша компания начнёте рассматривать успех как свою ответственность и дело этики, всё остальное сразу же начнёт меняться. Хотя этика — это, конечно же, личное дело каждого, большинство людей согласится, что этичность не ограничивается тем, чтобы не лгать и не красть денег. С такого определения можно начать, а затем можно расширить наше понятие этики, чтобы в наше определение, возможно, включить идею, что от нас требуется полностью воплотить потенциал, которым одарили каждого из нас. Я бы даже сказал, что не требовать от себя добиться успеха в огромном количестве — несколько неэтично. Если каждый день действовать в полную силу — это этично, то не делать этого — нарушение этики.

Вы просто обязаны постоянно требовать от себя успеха и смотреть на него как на свой долг, свою обязанность и свою ответственность. И я расскажу вам, как обеспечить себе этот успех в любой компании и сфере деятельности, в любое время, несмотря ни на какие препятствия и при этом — в любом желаемом количестве!

На успех нужно смотреть с точки зрения этики. Успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность.

ВОПРОСЫ

1. На успех стоит смотреть, как на ваш _____, вашу _____ и вашу _____.
2. Опишите своими словами, почему успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность.
3. Запишите два примера того, как вы обманываете самого себя, когда речь идёт о достижении успеха.
4. Назовите две идеи, которые важно помнить при достижении успеха.

Глава 5

Нет недостатка успеха

Верно воспринимать успех настолько же важно, как и правильно его добиваться. Когда в свет выходит какой-то товар, то на него заводят учёт и подсчитывают его, но если речь идёт об успехе, то нет «ограничения» того, сколько успеха можно создать. У вас может быть сколько угодно успеха, и у меня тоже — ваши достижения никак не ограничивают и не останавливают моих достижений. К сожалению, большинство людей считает, что есть некий недостаток или дефицит успеха. Обычно люди думают, что если кто-то другой успешен, то это как-то помешает им самим достигать успеха. Но ведь успех — это не лотерея и не бинго, не скачки и не карточная игра, в которых победителем может быть лишь один, поэтому это просто неверная идея. В фильме «Уолл-Стрит» герой Гордон Гекко сказал, что на каждого победителя приходится проигравший. Успех — это не перетягивание одеяла, не игра «Боливар не выдержит двоих»* — многие могут побеждать и добиваться успеха. Так что успех — это не товар и не некий ресурс в ограниченном количестве.

Никогда не наступит дефицит успеха, потому что успех создают люди, которые не знают границ в своих идеях, творчестве, изобретательности, талантах, интеллекте, оригинальности, настойчивости и решительности. Заметьте, что когда я описываю успех, я говорю, что его добиваются и *создают*, а не *получают*. Успех тем и отличается от драгоценных металлов и ископаемых (таких как медь, серебро, золото или алмазы), что они уже существуют — их нужно найти и выставить на рынок; успех же нужно *создать*, *сотворить*. Никогда не будет нехватки прекрасных идей, новых технологий, оригинальной продукции и новых и интересных решений старых проблем. Миллионы людей способны без

* «Боливар не выдержит двоих» — крылатая фраза из рассказа О. Генри «Дороги, которые мы выбираем». В контексте книги фраза означает, что обоим не выжить, двое не могут добиться успеха. В рассказе бандит убивает своего друга, чтобы уйти с добычей, потому что его лошадь (Боливар) не выдержит двоих.

каких-либо ограничений на разном уровне создавать успех по всему миру — и одновременно, и в разное время. Он не зависит от ресурсов, материалов или места и пространства.

Политики и средства массовой информации внедряют идею нехватки и недостатка. Они намекают на то, что существуют определённые предметы или блага, которых не хватит на всех, что «если у тебя что-то есть, то у меня этого не может быть». Многие политики считают, что нужно пропагандировать этот миф для того, чтобы побудить людей выступить за определённого политика или партию или же против них. Они выступают и говорят нечто вроде: «Я буду лучше о вас заботиться, чем тот, второй тип»; «Я облегчу вам жизнь»; «Я снижу налоги ради вас»; «Я обещаю улучшить образование для ваших детей»; или же «Я дам вам больше возможностей добиться успеха». Все эти утверждения подразумевают, что «только я способен это сделать — а не конкурент». Такие политики знают, что важно для их последователей, и первым делом обращают внимание именно на эти темы и начинания; затем они создают впечатление, что граждане не способны добиться всего этого сами. Они подчёркивают то, что есть дефицит чего-то, и затем прилагают все усилия для того, чтобы люди поверили, что есть лишь один шанс добиться чего-то, получить что-то желанное и нужное — поддержать данного политика. При этом они намекают на то, что иначе шансы получить то, что вам полагается, станут ещё более скудными.

Одна из причин, почему политика и религия бывают непростыми темами, — это то, что при таких обсуждениях обычно подразумевается некий недостаток чего-то, и вот тогда неизбежно начинаются споры. Например, если ваши политические убеждения верны, то, значит, мои — нет. Если одна партия получает то, чего добивается, то вторая обязательно будет страдать. Можно сказать, что это распространяется и на более общие мнения и точки зрения, — для людей ужасно сложно «согласиться не соглашаться». Например, считается, что невозможно верить во что-то и сохранять своё мнение, если существует противоположное мнение. Такое представление также основывается на идее нехватки и приводит лишь к трениям и несогласиям друг с другом. Почему один человек должен быть неправ, если прав другой? Зачем нужна такая идея недостатка?

Вся идея конкуренции основана на том, что если кто-то выигрывает, то кто-то другой проигрывает. Может, это и так в настольных играх, где цель — чтобы победителем вышел один, но когда речь идёт об успехе в бизнесе и в жизни, это не так. Настоящие игроки не думают в рамках таких ограничений; как раз наоборот — они думают без ограничений,

и это позволяет им взлететь до невозможных (с точки зрения других) высот. Чья-то стратегия капиталовложения никоим образом не ограничивает и не сдерживает успех легендарного финансиста Уоррена Баффета, точно так же как его финансовые способности и его денежное могущество совершенно не ограничивают мою способность добиться успеха в финансах. Основатели компании Google вовсе не останавливали создание Facebook, а то, что компания Microsoft два десятилетия господствовала на рынке, не помешало Стиву Джобсу поднять репутацию и популярность Apple при помощи устройств iPod, iPad и iPhone. Также то, что все эти компании выпустили столько новых товаров, придумали множество новых идей и создали такое количество успешных творений на протяжении всех этих лет, не мешает людям — быть может, и вам — создать свой собственный успех на ещё более умопомрачительном уровне.

Не надо далеко смотреть, чтобы увидеть, что большинство населения распространяет и поддерживает этот миф о нехватке. Люди открыто завидуют тем, кто «покорил мир», не соглашаются с этим, говорят о несправедливости и намекают на то, что таких игроков несправедливо и чрезмерно награждают. В то же время СМИ постоянно рассказывают о нехватке рабочих мест, денег, возможностей и даже времени. Например, как часто вы от кого-либо слышали, что «в сутках просто не хватает времени»? А ещё кто-то утверждает, будто «нет хороших работ» или что «никто не нанимает». А на самом деле — даже если 20% населения безработные, то это значит, что 80% работают.

Вот ещё один пример такого «дефицитного» мышления — это произошло прямо в моём районе. Так получилось, что мой ближайший сосед — один из самых знаменитых актёров в Голливуде. Он самая настоящая звезда и замечательный актёр. Между нашими домами проходит дорога, на которой всегда выбоины, а у властей района, похоже, так и не доходят руки их починить. Ещё у одного моего соседа, который живёт в конце улицы, хватило наглости предложить, что этому актёру, кинозвезде, надо бы починить дорогу, потому что он зарабатывает по 20 миллионов долларов за фильм. Меня ошарашила точка зрения этого человека об успехе: он считал, что актёр должен был полностью оплатить ремонт дороги лишь потому, что добился успеха, который намного превышает то, чего добились все мы в том квартале. Я же, наоборот, думал, что мы все должны улучшить качество дороги ради того актёра, потому что его присутствие повышает ценность нашего района!

Когда кто-то из телезвёзд заключает серьёзный контракт, часто реакция людей — спросить: «Как можно платить столько денег одному

человеку?» Только дело в том, что деньги печатаются на станках, а не рисуются людьми. Даже на деньги нет дефицита — просто их ценность может падать. Когда группа или общество оценивают капитал какого-то человека в 400 миллионов долларов, то это должно вдохновлять вас и говорить вам о том, что всё возможно.

Я пришёл к выводу, что большинство идей о нехватке чего-то (а возможно, и все они) — просто выдумки. Предположим, что у какой-то компании или организации получается убедить вас, что нечто существует в ограниченном количестве — будь то алмазы, нефть, вода, чистый воздух, прохладная погода, тёплая погода или энергия. Значит, им удалось внушить вам ощущение, что вам срочно нужно это иметь, и тем самым побудить вас поддерживать их дело.

Вы должны избавиться от представления, что успех вообще чем-то и как-то ограничен. Если же вы так считаете и действуете соответственно, то это повредит вашей способности достигать успеха. Предположим, что и вы, и я пытаемся заполучить какого-то клиента и что я его добился. Это не означает, что вы не можете быть успешным — ведь это же не единственный клиент, с кем вы стремились работать. Если в своём стремлении вы зависите лишь от чего-то или кого-то одного, то это ограничит ваши шансы добиться успеха. Пока мы с вами тут конкурировали и пытались заключить контракт с этим клиентом, господин «Думаю по-крупному, Дефицита нет» завоёвывает тысячи клиентов и учит нас *настоящему* определению успеха.

Чтобы подняться над мифом о нехватке, нужно изменить свою точку зрения и понять, что достижения других людей на самом деле создают возможности победы и для вас. *Успех любого человека или любой группы в итоге положительно влияет на всех, потому что он подтверждает, что у всех есть возможности.* Именно поэтому люди и вдохновляются, когда видят какую-то необыкновенную победу или великое достижение. Когда мы наблюдаем достижение успеха, это придаёт всем нам сил и решительности и снижает веру в то, что достижение чего-то «невозможно». Успех может быть прорывом в технологии, медицинским открытием, спортивным рекордом или же рекордной ценой при приобретении компании другой компанией; вне зависимости от того, приложили вы руку к успеху или нет, подобные достижения доказывают нам, что нет недостатка успеха и что он совершенно доступен каждому.

Избавьтесь от всяческих идей, что успех доступен лишь кому-то и что его ограниченное количество. И вы, и я можем добиться успеха в любом объёме, причём одновременно. Как только вы начинаете думать, что чья-то победа — это ваше поражение, вы ограничиваете своё

мышление идеями конкуренции и дефицита. Именно тогда нужно дисциплинировать своё мышление и приравнять любой успех к тому, что есть ещё больше возможностей добиться успеха. А затем снова вспомните о своём непоколебимом решении, что успех — ваш этический долг. Это пробудит всё самое творческое, что в вас есть, и побудит вас найти решение и путь к созданию личного успеха в невероятном объёме.

ВОПРОСЫ

1. Приведите пример, когда вы наблюдали дефицит успеха.
2. Как создаётся так называемый недостаток или нехватка?
3. Не существует нехватки успеха, а чего же на самом деле не хватает?

Глава 6

Будьте готовы брать контроль надо всем

Я хотел назвать эту главу «Не будь нытиком», но решил чуть смягчить название, чтобы никого не обидеть. Я уже давно хотел включить куда-то это название — с тех пор, как опубликовал свою последнюю книгу «Если ты не первый — ты последний». Мне всё же очень уж нравится такое название и просто не терпится куда-нибудь его вписать. Я думал, что оно прекрасно подойдёт для данной главы, потому что вся её суть в том, что у нытиков, хлюпиков и жертв не особо-то получается привлекать к себе успех и создавать его своими руками. Дело даже не в том, что они не способны на это — нет, просто успешные люди обычно действуют по-крупному, а невозможно действовать по-крупному без того, чтобы брать на себя ответственность. А также невозможно добиться чего-то положительного, когда вы заняты тем, что придумываете оправдания.

Я уже говорил об этом бесчисленное количество раз, но вы просто должны понять, что успех случается не *с вами*, а *благодаря вам*, и происходит он по причине тех действий, которые вы предпринимаете. Обычно у тех, кто отказывается принимать на себя ответственность, не особенно хорошо получается действовать масштабно, и поэтому они не очень преуспевают в игре, которая называется «успех». Успешные люди готовы принять на себя высочайший уровень ответственности за то, чтобы добиться своего успеха и быть успешными, — и даже за свои неудачи в этом начинании. Успешные люди ненавидят игру в обвинения и знают, что лучше совершить какое-то действие своими руками — *плохое или хорошее*, — чем ждать у моря погоды.

Те, кто страдает от менталитета жертвы — примерно 50 процентов людей, по моей оценке, — возненавидят эту главу и скорее всего взяли её за эту книгу по ошибке. Любой, кто обвиняет других в том, что что-то произошло или, наоборот, не произошло, ни за что не притянет к себе настоящий жизненный успех, не будет становиться всё успешнее и добьётся лишь того, что усугубит свою рабскую роль на этой планете. Те, кто отдают контроль над своим успехом или неудачами в руки

других, никогда не будут хозяевами своей жизни. Невозможно по-настоящему радоваться ни одной игре в жизни, если в первую очередь не принять на себя ответственность за понимание и правила игры, за то, как в неё играть, а затем — за результат этой игры. У тех, кто играет роль жертвы, никогда не будет ни безопасности, ни стабильности — просто потому, что они сами решают вручить ответственность в руки других, и потому, что они так и не делают выбор *узнать и понять* самим, что можно сделать. Следовательно, они в будущем так и не решат сами отвечать за результат своих действий и будут приговаривать: «Я несчастная бедная жертва, со мной так часто случается беда, и ничего-то тут не поделаешь».

Чтобы дойти до выбранного вами места назначения, необходимо принять ту точку зрения, что когда с вами в этом мире происходит что-то хорошее или плохое или когда не происходит вообще ничего — *всё это именно ваших* рук дело. Я принимаю на себя контроль за всё, что со мной происходит, — даже за то, что я не контролирую, как кажется. Неважно, контролирую я ситуацию или нет, но я всё равно решаю взять на себя ответственность и взять контроль в свои руки, и тогда я могу сделать что-то, чтобы в будущем улучшить ситуацию. Например, если в моём районе отключилось электричество, я не виню городской совет или правительство штата, а смотрю на то, что я мог бы сделать иначе, чтобы в следующий раз мне это не нанесло ущерб. Главное — не перепутать это с навязчивой необходимостью всё контролировать; нет, скорее это ответственность на здоровом и высоком уровне и способ прийти к эффективным решениям. На самом деле я не имел никакого отношения к тому, что отключился свет, — возможно, слишком много людей одновременно пользовались электричеством или очень долго стояла сильная жара; может, дело было в погоде, в землетрясении или кто-то врезался в трансформатор. Я вовремя оплатил счёт за электричество и отопление, но теперь сижу без тока и не могу кипятить воду, пользоваться холодильником и компьютерами. Условия никак не изменятся от того, что я начну кого-то обвинять, а поскольку успех — это мой долг, моя обязанность и моя ответственность, то будет слегка неверно свалить всё на правительство штата. Чутьочку сложно считать себя успешным человеком, если нет света, отопления и неиспортившихся продуктов.

Если я приму на себя ответственность, подниму свой уровень ответственности за данную ситуацию, то, скорее всего, я придумаю решение на будущее. Я думаю, что вы уже сами его придумали. Всё это произошло не просто потому, что выключилось электричество, а потому, что у меня не было запасного генератора. Дело было не в невезении и даже не в плохом планировании, а в том, что я возложил ответственность на

кого-то ещё. Не будьте нытиком и купите себе генератор. Да, но генератор же дорого обойдётся! Не так дорого, как провести три дня без электричества и быть не в состоянии позаботиться о семье. Как только вы решите взять контроль в свои руки и поднять уровень ответственности, у вас получится находить эффективные решения того, как улучшить свою жизнь!

Возьмите контроль на себя, поднимите свой уровень ответственности — тем, что решите, что вы сами творите всё, что происходит, даже то, что вы раньше считали себе неподвластным. Никогда не думайте, что что-то происходит с вами; наоборот — всё происходит потому, что вы что-то сделали или не сделали. Если вы готовы принимать аплодисменты за победу, то будьте готовы и быть причиной поражения! Когда вы принимаете на себя больше ответственности, это естественно и само по себе приведёт к тому, что у вас будет получаться находить решения и добиваться большего личного успеха! Когда вы вините кого-то или что-то, то лишь продлеваете срок своего рабства или состояния жертвы. Когда вы берёте контроль в свои руки, то начинаете думать о том, что вы можете сделать сами, чтобы с вами не происходили плохие события, — таким образом можно поднять свой уровень жизни и снизить количество неприятных и случайных, на первый взгляд, происшествий.

Допустим, что кто-то врежется в мою машину сзади. Ясно, что виноват тот водитель. Да, конечно — я буду сердит на того человека, но самое последнее, что надо делать, — это принимать на себя роль жертвы. Ведь это ужасно! «Смотрите, что со мной случилось. Ой, бедненький я, я — жертва». Если бы вам хотелось привлечь к себе внимание и уважение, написали бы вы такие утверждения на визитке или проводили бы такую рекламу по телевизору? Нет, конечно! Ни за что не становитесь жертвой, после того как вы решили создать жизнь, полную успеха. Гораздо лучше придумать, как снизить вероятность того, что с вами будут происходить неприятности, — как, например, то, что кто-то в вас врежется сзади.

Правило «в 10 раз больше» подразумевает, что вы будете действовать настойчиво и масштабно на протяжении нужного времени. Вы не можете себе позволить быть жертвой, если хотите, чтобы с вами чаще случалось что-то хорошее. В жизни жертв не происходит хорошее, а вот плохое — да, и весьма часто. Просто спросите их. Те, кто с удовольствием играет роль жертвы, с превеликой радостью будут неустанно рассказывать вам о том, как им постоянно не везёт в жизни, как снова и снова судьба будто бы ставит им неприятности на пути, и о том, что они не имеют к этому ни малейшего отношения. В жизни жертвы есть четыре повторяющихся мотива: 1) с ней происходит что-то плохое; 2) плохие

события случаются часто; 3) она всегда во что-то впутана; и 4) всегда виноват кто-то и что-то ещё.

Успешные люди относятся ко всему совсем наоборот, и так должны относиться и вы: всё, что происходит в жизни, происходит в пределах вашей ответственности, а не как следствие какой-то посторонней силы. Такой взгляд на жизнь подтолкнёт вас к тому, чтобы искать, как подняться над ситуацией, взять контроль в свои руки и предотвратить то, чтобы «с вами происходили» неприятности в будущем. После каждого неприятного происшествия или события задавайте себе вопрос: «А что я могу сделать, чтобы было менее вероятно, что со мной такое ещё раз произойдет — или чтобы такое вообще не произошло?» Если вернуться к моему примеру о столкновении, то можно найти многочисленные способы, как можно было предотвратить то, что невнимательный водитель врезался в вас сзади. Вы могли нанять себе водителя, выехать раньше или позже, закрыть сделку на прошлой неделе, поехать по другой дороге; в конце концов, вы можете быть настолько важны, что ваши клиенты сами будут приезжать к вам, а не наоборот.

Позвольте, я попробую изменить вашу точку зрения ещё чуточку, а потом продолжим. Многие согласны с тем, что вы притягиваете в свою жизнь тех людей или те вещи, на которые обращаете большее количество внимания. Возможно, многие также согласятся, что они в очень незначительной степени используют свои умственные способности и свой разум, что далеко не полностью развили своё понимание жизни. Скажите, а возможно такое, что вы сами приняли какое-то решение до своей встречи с клиентом (которое, быть может, даже и не осознаёте), чтобы как бы создать этот так называемый «случайный» несчастный «случай», — для того чтобы у вас в жизни и дальше был кто-то, кого можно винить? Если есть хоть малейшая возможность, что это так, то стоит в этом разобраться! Поймите: чтобы попасть в аварию, вы должны были оказаться в том месте в идеальный для этого миг. Тысячи людей не попали в аварию, а вы в неё попали. Вы выехали в момент, нужный для того, чтобы ваши действия согласовались с действиями второго водителя — на одной из сотен возможных улиц; затем вы устроили всё так, что оказались в именно в нужном месте и точно в тот миг, и поставили себя прямо перед тем «необыкновенным» водителем, который из-за невнимательности врезался в вашу машину. Есть такое выражение: «С хорошими людьми происходит плохое». Что ж, поверьте мне: когда так случается, то эти хорошие люди несут больше ответственности за это плохое, чем они готовы взвалить на свои плечи.

Вы могли бы избежать этой «случайной» аварии, если бы выехали всего на несколько секунд раньше. Если бы вы ехали с любой другой

скоростью, то у вас бы ни за что не получилось так идеально согласовать свои действия со вторым водителем. Аварии бы не было, если бы вы ехали по любой другой улице. Возможно, вам это кажется непостижимым? Была ли это просто случайная авария, было ли это просто невезение? Да, может, вы просто жертва, которой судьба предназначала невезение и неприятности. Но когда физическая вселенная постоянно вас колотит, швыряет и кидает туда-сюда и когда лучше не становится, то, может, стоит задуматься. Возможно, то, что происходит, — не просто случай или судьба, а вы *как-то и чем-то* связаны с происходящим, а иначе вы бы не были участником этого. Не забывайте о том, что пускай что-то и происходит с вами — оно всё же происходит и из-за вас. Возможно, в полицейском рапорте не стоит брать на себя официальную ответственность за аварию, но всё равно страховая компания взыщет с вас штраф — неважно, кто виноват. Запомните одно: каждый раз, когда вы играете роль жертвы, чтобы «оказаться правым» (доказать свою правоту), вы становитесь жертвой, а это уж точно не поможет. Пока человек не покончит с ролью жертвы, у него не получится придумывать решения и добиваться успеха. У него будут одни только проблемы.

Как только вы начнёте подходить ко всем жизненным ситуациям как человек, который *предпринимает действия*, а не тот, *по отношению к кому их предпринимают*, у вас появится больше контроля над своей жизнью. Я верю в то, что достижение или же недостижение успеха — это прямое следствие всего, что вы думаете и делаете. *Вы сами* и есть источник, генератор, начало, причина всего — и хорошего, и плохого. Я пишу это не для того, конечно же, чтобы упростить идею успеха; просто пока вы не решите отвечать за всё, вы вряд ли выполните те действия, которые помогут вам подняться над игрой. Иными словами, если вы хотите всего добиться, то нужно принять за всё ответственность. Иначе вы потратите много энергии, которая пригодилась бы на действия «в 10 раз больше», — на то, чтобы придумывать оправдания, а не придумывать, как получить прибыль.

Думать, что успех просто «случается» или просто «случается с кем-то», — это ложь и миф. Я знаю, что подход, который я вам советую, работает, потому что это то, как я сам добивался всё большего успеха. Я вырос в не особенно привилегированной семье, и у нас не было никаких связей с «нужными» (как это называется) людьми. Мне никто не давал денег, чтобы основать мои компании, и я не был намного более «одарён», чем остальные. Тем не менее, мне удалось добиться успеха в финансах, в физическом и материальном благосостоянии, в духовной и эмоциональной стороне жизни — успеха, который намного превысил то, чего от меня ожидало большинство людей. Так получилось потому,

что я был готов действовать масштабно, брать контроль в свои руки и отвечать за каждый и любой результат. Неважно, что со мной происходит: грипп, боль в животе, автокатастрофа, поломка компьютера, или же вор крадёт у меня деньги, или даже отключается электричество — я принимаю на себя ответственность за всё.

У меня начало получаться действовать на уровне «в 10 раз больше» лишь тогда, когда я поверил в то, что ничто не происходит *со мной*, а только *благодаря мне*. Кто-то однажды сказал такую фразу: «Куда я ни пойду, вот там-то я и есть». Это смешное и милое выражение намекнуло мне, что я сам — и проблема, и её решение. Такой взгляд на всё позволил мне стать причиной того, что происходит в моей жизни, вместо того чтобы быть жертвой. Я не позволял себе винить никого и ничего в качестве оправдания за все мои трудности. Я начал верить в то, что пусть я и не всегда выбираю, что со мной происходит, но у меня *всегда* есть выбор, как отреагировать. Бесчисленное количество людей и книг говорят о том, что успех — это просто «путь», но на самом деле это состояние, либо постоянное, либо нет, и у вас есть контроль над успехом и ответственность за него. Вы либо создадите успех своими руками, либо нет; он не для слюнтяев, не для хлюпиков и не для жертв.

Вне всякого сомнения, у вас есть таланты, которыми вам предстоит воспользоваться, потенциал, который вы ещё не затронули. Вы одарены стремлением к мастерству и величию, и вы достаточно знаете и достаточно хорошо всё осознаёте, чтобы понимать, что нет нехватки успеха. Примите на себя больше ответственности, возьмите на себя контроль за всё, что происходит с вами, и живите с девизом, что ничего не происходит с вами, а только из-за вас. И не забывайте: «не будь нытиком».

ВОПРОСЫ

1. Над чем вы хотите взять контроль в своей жизни?
2. Успех не случается с вами, а случается _____
3. Приведите три примера того, как вы сами создали успех, а не когда он просто случился с вами.
4. Каковы четыре постоянных мотива в жизни жертвы?

Глава 7

Четыре уровня действий

Уже многие годы меня спрашивают: «А сколько конкретно нужно действий, чтобы добиться успеха?» Неудивительно, что все ищут некий секрет — ищут лёгкого и краткого пути. Но неудивительно и то, что такого пути нет. Чем больше вы действуете, тем выше вероятность, что вам повезёт. Ваш успех больше определяется дисциплиной, постоянством и настойчивостью ваших действий, чем какими-либо другими причинами. Понимание того, как рассчитывать, а затем предпринимать верное количество действий, важнее, чем сама ваша задумка или идея, чем изобретение или деловой план.

Большинство людей терпят неудачу только потому, что действуют на неверном уровне. Чтобы упростить понятие действий, разобьём их на четыре простых категории. Вот какие у вас есть четыре варианта:

- 1) Ничего не делать
- 2) Отступать
- 3) Действовать на обычном уровне
- 4) Действовать масштабно

До того, как более подробно описывать каждую из категорий, скажу, что важно понимать, что все мы в какое-то время своей жизни используем все четыре категории — особенно в разных сферах нашей жизни. Например, возможно, вы масштабно действуете в своей карьере, но полностью «отступаете», когда речь идёт об общественной деятельности, гражданском долге. А кто-то ещё, может быть, ничему не учится, если говорить о социальных сетях, и, наоборот, отступает — избегает их. Другой же человек, быть может, действует лишь на обычном уровне, когда речь идет о правильном питании и спорте, но зато чрезмерно преуспевает в том, чтобы давать волю своим дурным привычкам. Конечно же, человек больше всего преуспеет в том, чему он посвящает своё внимание, и его лучшие достижения будут в той области, где он действует больше всего.

К сожалению, большинство людей на этой планете чаще всего действуют на первых трёх уровнях — не делают ничего, полностью отступают или же просто действуют по-обычному. Первые два уровня — ничего не делать и отступить — приводят к неудаче, а третий уровень (обычных действий) в лучшем случае приведёт вас просто к обычной нормальной жизни. Лишь самые успешные игроки достигают того наивысшего уровня действий, который я называю масштабным. Что ж, давайте разберём каждую из категорий, чтобы понять, что они означают и почему кто-то выбирает ту или иную из них в разных жизненных ситуациях.

Первый уровень действий

«Ничего не делать» говорит само за себя — прекратить действия, не идти вперёд и уже больше не учиться, не достигать, не стараться контролировать какую-то сферу. Те, кто ничего не делает в своей карьере, в своих отношениях или в отношении каких-то целей, уже, скорее всего, сдался и отказался от своей мечты и теперь, по сути, согласен на любой жребий судьбы. Несмотря на название, не думайте, что когда вы ничего не делаете, на это не требуется энергии, усилий и труда! *На каком бы из уровней вы ни действовали, все они так или иначе потребуют определённой работы.* Если вы чувствуете себя вяло, вам скучно, вы довольствуетесь тем, что есть, и у вас нет цели и целеустремлённости, то это говорит о том, что вы ничего не делаете. Люди в данной категории будут тратить время и энергию на то, чтобы оправдывать своё положение — а на это требуется столько же труда, сколько и на другие действия.

Когда утром звонит будильник, «ничего неделальщики» вообще не реагируют. Может, конечно, показаться, что они ничего не делают, но на самом деле для того, чтобы утром *не встать*, требуется очень много энергии. Нужно постараться, чтобы потерять работу из-за непроизводительности. Нужно приложить усилия, чтобы на работе вас не заметили и не дали повышение и чтобы пришлось ждать ещё год, и потребуются усилия, чтобы объяснить это вашей жене или вашему мужу. Необходимо громадное количество усилий и энергии, чтобы продолжать существовать на этой планете в роли работника, которому недоплачивают, которого недооценивают, а ещё больше труда нужно, чтобы как-то это оправдать в своих же глазах. Людям, которые бездействуют, приходится придумывать оправдания своего состояния, а для этого требуется очень много творческих способностей и труда. Продавцам, которые ничего не делают и затем теряют потенциальных клиентов чаще, чем получают их, приходится объяснять себе, своей супруге или супругу и своему начальнику, почему они не выполняют квоты. Вот что ещё интересно наблюдать: очень часто люди,

которые в одной области жизни ничего не делают, находят нечто, что просто обожают, и на это и тратят своё время, при этом часто предпринимая масштабные действия. Может быть, они играют в компьютерные игры или в очко в Интернете, а может быть, катаются на велосипеде, читают книги или смотрят кино. Что бы это ни было, я уверяю вас, что какой-то области жизни они уделяют всё своё внимание и всю свою энергию. Те, кто ничего не делает, будет продолжать убеждать своих друзей и родственников, что у него всё хорошо, что он доволен и счастлив; но это приводит лишь к тому, что он всех только путает, потому что очевидно, что человек не использует все свои способности.

Второй уровень действий

Отступающие — это те, кто действуют в обратном направлении, вероятнее всего, для того, чтобы избежать тех отрицательных последствий, которые, как им кажется, возникнут в результате их действий. Тот, кто отступает, воплощает в себе понятие «страх перед успехом». В его прошлом есть «нерезультативные» результаты или отсутствие результатов (по крайней мере, он так считает), и поэтому он решил больше не предпринимать действий, которые могли бы к этому снова привести. Также как и «ничегонеделальщики», отступающие оправдывают свои реакции и верят в то, что действовать на своём сегодняшнем уровне — в их лучших интересах. Такие люди скажут вам, что ведут себя так для того, чтобы избежать новых отказов и неудач, хотя на самом деле почти всегда они в таком состоянии не из-за самого отказа или самой неудачи. Чаще всего к отступлению приводят их ощущения, их оценка и выводы о том, что такое неудачи и отказы и какие у них последствия.

Отступление — точно так же, как и «ничегонеделание» — это действие, которое требует усердного труда и усилий. Понаблюдайте за любым ребёнком, и вы поймёте, что нормальное человеческое поведение — наступать и завоёвывать, а не отступать. Человек обычно начинает отступать лишь после того, как его снова и снова учили так поступать. Очень многим из нас в детстве говорили: «Не трогай», «Будь осторожен», «Не разговаривай с ним», «Уйди оттуда» и т. д., и тогда мы соглашались с идеей отступления и начинаем так и действовать. Чаще всего нас отстраняют именно от того, что нам любопытнее всего. Хотя часто это делается для нашего же блага и якобы защищает нас, бывает сложно снова воспрянуть после всех тех лет, когда нам приходилось себя удерживать, — может быть, именно поэтому многим из нас сложно пробовать что-то новое в зрелом или пожилом возрасте. Может случиться и такое, что нас побуждает отступить коллега, друг или родственник,

потому что он считает, что мы «слишком высоко метим» или слишком много внимания уделяем какой-то одной области жизни.

Вне зависимости от того, почему люди, которые отступают, удаляются от своих целей, результат обычно один и тот же. Сдаётся мне, что каждый из вас, кто читает эту книгу, знает кого-то, кто отступает, и, возможно, вы даже поймёте, что вы сами отстаете в чём-то в своей жизни. Когда вы говорите себе о какой-то области жизни, что её уже нельзя улучшить, что путь вперёд закрыт, и решаете, что сделать вы уже «ничего не можете», то эта область и есть область отступления. «Биржа — это отстой, я никогда больше туда не инвестирую» — отступление. «Большинство браков распадаются, лучше быть холостяком (холостячкой)» — отступление. «Слишком трудно пробиться в актёры, лучше буду официантом до конца жизни» — отступление. «На рынке труда всё ужасно, никто не берёт на работу, так что подаю на пособие по безработице» — отступление. «Я же всё равно не повлияю на результаты выборов, так что не пойду голосовать» — отступление! Заметьте, что во всех этих ситуациях есть нечто общее, а именно то, что в каждой из них всё равно требуется какое-то действие, пускай даже это действие — просто принять решение.

Те, кто отступает, тратят много времени на то, чтобы оправдывать то, *почему* они отступают. Спорить с такими людьми обычно невозможно, потому что чаще всего они для себя чётко решили, что делают просто то, что нужно, чтобы выжить. Они тратят столько же времени на оправдание того, что отступают, сколько самые успешные люди тратят на достижение успеха. Лучший способ помочь такому человеку — это дать ему эту книгу, и пускай он сам поймёт, что отступает. Как только человек узнает про четыре уровня действий и поймёт, что каждый из них требует энергии, то он, возможно, начнёт действовать иначе — разумнее. Смотрите, ведь если нужно так и так прилагать усилия, то почему бы не приложить их для достижения успеха?

Третий уровень действий

Больше всего в нашем сегодняшнем обществе людей, которые действуют на обычном уровне. С первого взгляда кажется, будто эти люди действуют достаточно и что они «нормальные», обычные люди. Этим уровнем действий и создаётся средний класс, и именно данный уровень действий — самый опасный, потому что он считается приемлемым. Люди в этой категории всю жизнь действуют достаточно для того, чтобы казаться обычными, достаточно для того, чтобы создать нормальную жизнь, нормальный брак и нормальную карьеру, но они никогда так и не доби-

раются до того уровня действий, который нужен для настоящего успеха. К сожалению, большинство работающих действует на нормальном уровне — эти руководители, администраторы, а также компании, которые так поступают, скорее вписываются в толпу, чем выделяются из неё. Хотя иногда люди такой категории и пытаются создать нечто замечательного качества, они почти никогда не создают ничего в замечательном количестве. Их цель — быть обычными и посредственными: в браке, здоровье, карьере и финансах. И если получается быть обычным и нормальным, то они довольны. Они не доставляют трудностей ни себе, ни другим, если только вокруг всё стабильно и предсказуемо.

Но как только что-то на рынке меняется и условия ухудшаются (а значит, падают ниже нормальных) — такие люди вдруг понимают, что они в опасности. Раньше или позже неизбежно происходит какое-то серьёзное изменение, но эти люди действовали лишь «по-обычному» в прежних условиях, и вот уверенности больше нет, и «прогноз погоды непредсказуем». Нередко встречаются ситуации, которые бросают вызов человеку: его ритму жизни, карьере, браку, бизнесу или финансам. И если вы при этом действовали лишь на обычном уровне, то вы ещё сильнее подвергнете себя тем трудностям, которые встанут на пути. Любая цепочка самых обыкновенных событий, финансовых обстоятельств или же неприятных происшествий может сорвать дело всей жизни, если человек действовал на «приемлемом» (как обычно считается) уровне. Это может закончиться немалыми переживаниями, большой неуверенностью и сильной болью.

По определению, «обычный» — это нечто меньшее, чем «необыкновенный». Если честно, то обычные действия — это в той или иной степени те же «отступление» и «бездействие», это просто другое название этих понятий. Мы сейчас даже не говорим о том, что, когда человек знает свой истинный потенциал и всё же действует на гораздо более низком уровне, чем тот, на который способен, есть отрицательные духовные последствия. Любой, кто действует на обычном уровне, в то время как способен на гораздо большее, на самом деле просто выбирает один из вариантов отступления или бездействия.

Признайтесь себе: используете ли вы все свои творческие способности и всю свою энергию? Обычный ученик, обычный брак, обычные дети, обычное денежное состояние, обычная компания, обычные товары, обычная фигура — кому нужны все эти «обычности»? Просто представьте себе, что те товары или услуги, которыми мы так часто соблазняемся, использовали бы в своей рекламе слово «обычный». Например: «Этот довольно обычный товар можно купить по обыкновенной цене, и он даёт средненькие результаты». Кто купит такой товар? Люди не станут при-

кладывать усилий, чтобы купить ширпотреб. «Мы предлагаем вам курсы повара — после них вы обязательно станете посредственным поваром». Этому я могу научиться и без всяких курсов. «На этих выходных — премьера нового фильма: обычный режиссёр, обыкновенная игра, и критики его расхваливают как “два часа обычных приключений”». Ого! Надо обязательно пойти постоять в очереди за билетами!

Действовать нормально и обычно — это самое опасное, потому что в обществе это считается наиболее приемлемым. Именно этот уровень действий одобряется большинством, и поэтому люди, которые действуют в пределах обычного уровня, не привлекают к себе внимания, достаточного для того, чтобы катапультировать их в успех. Мне постоянно звонят из компаний, чтобы я помог худшим из работников компании, но они забывают об обычных и даже лучших работниках, которые всё ещё действуют «по-обычному». Эта книга, вероятнее всего, для того, чтобы пробудить тех, кто действует обычно, а не для тех, кто отстывает или бездействует, потому что «ничегонеделальщики» скорее всего вообще не купили бы эту книгу, а тот, кто отстывает, вероятнее всего, не зашёл бы в магазин. Те, кто действует нормально или обычно, купят книгу — и будут надеяться, что они избавятся от злых чар, которыми их околдовали. Обычную жизнь можно превратить в замечательную, только если подняться от третьего до четвёртого уровня действий.

Четвёртый уровень: масштабные действия

Пусть это и покажется кому-то маловероятным, но масштабные действия — это самое естественное состояние деятельности для нас всех. Взгляните на детей: они постоянно что-то делают, когда у них всё в порядке. Лично я как раз так себя и вёл первые 10 лет моей жизни. Я постоянно действовал масштабно, когда не спал. Как и большинство детей, я резвился без устали — вокруг люди хмурились и намекали, что, может, стоит чуточку успокоиться. Бывало с вами такое? И говорили ли вы сами такое своим детям?

Я не знал ничего, кроме масштабных действий, пока взрослые меня не научили чему-то другому. Даже стихии, простейшие химические элементы и основные частички нашей вселенной «одобряют» масштабные действия. Нырните под поверхность океана, и вы увидите нескончаемые масштабные действия. А под нашими ногами, под земной корой — всё в постоянном, быстром и мощном движении. Посмотрите на муравейник или на улей, и вы увидите, как колонии этих существ масштабно копошатся, чтобы обеспечить своё будущее выживание. Ни в одной среде,

ни в одном примере выше нет ни одного признака отступления, бездельности, и нет даже ничего такого, что хоть как-то напоминало бы обычный уровень действий.

Мой папа был очень трудолюбив и очень верил в дисциплину — он точно был готов на масштабные действия. К сожалению, он умер, когда мне было 10 лет, — меня словно ударило кувалдой. Когда я сегодня вспоминаю то время, то понимаю, что его смерть привела к тому, что я стал отступать от тех областей жизни, где нужно было действовать. В то же время я тратил *огромное* количество энергии на занятия, которым мне не стоило уделять ни малейшего внимания: наркотики, пьянство, целый список других бесполезных действий. Всё это продолжалось в старших классах и в университете, и к этому прибавилось ещё несколько потерь и поражений. Я всё больше и больше отступал от всего полезного и продолжал уделять внимание вредному. Дело было не столько в том, что я был ленив или у меня не было мотивации, просто у меня не было верного направления, верных наставлений, и у меня не было верных знаний о том, как атаковать жизнь.

Большую часть времени тогда я скучал, у меня не было цели, и я тянулся к занятиям, где можно было потратить много усилий без положительных результатов. По-моему, большинство людей сталкиваются с таким периодом где-то на жизненном пути, просто так вышло, что у меня он случился в молодости.

Как я уже рассказывал в предыдущей главе, когда мне было 25 лет, меня по-настоящему встряхнуло. Я знал, что я должен выбрать другую дорогу в жизни, или я перейду в мир иной. Я решил, что теперь с той же преданностью посвящу себя достижению успеха. Раз для того, чтобы не добиваться успеха, и так уже требовалось очень усердно работать, нужно было просто изменить курс и цель. Хотя моего отца уже 15 лет как не было, он всё равно служил для меня прекрасным примером. Он верил, что у людей должна быть высокая трудовая дисциплина; он готов был обеспечивать нашу семью во что бы то ни стало, и он гнался за успехом так, будто это были его долг и призвание. Я уверен, что ему также нравились и финансовое вознаграждение, и личная гордость достигнутым, которые сопутствуют успеху, но мне было ясно, что он считал успех своей ответственностью по отношению к семье, церкви, роду и даже к Богу. Просто ему не хватило времени!

Когда я наконец очнулся от наваждения — от неверной информации, неверного пути, — я посвятил все свои усилия карьере. Начиная с того времени, когда мне было 25 лет, и по сегодняшний день есть нечто, что я делал правильно: я направлял на каждое задание масштабное количество действий, будь то моя первая работа в продажах или

первая компания, которую я основал. Никогда не было ни отступления, ни бездействия, ни даже обычных действий — всегда была постоянная, настойчивая и жаркая атака мишени.

Масштабные действия — это на самом деле тот уровень действий, который создаёт новые проблемы. Пока вы не создали новых проблем, знайте, что вы не ещё действуете по-настоящему на этом четвёртом уровне. Когда мне было 29 лет и я основал свою компанию и читал семинары, я применил правило «в 10 раз больше», чтобы стать известным. Я начинал в 7 утра и не возвращался в гостиницу до 9 вечера — весь день я наносил «холодные визиты» разным компаниям и предлагал свои лекции для их отделов продаж и для их менеджеров. Я посещал до 40 компаний в день. Я помню, как я был в городе Эль-Пасо в штате Техас, — я до этого никогда там не был и никого не знал, и никто не знал меня. За две недели я посетил все компании на данном рынке. Нет, мне не удалось превратить их всех в клиентов, но всё же я получил больше заказов, чем было бы иначе — если бы я не действовал масштабно.

Однажды агент по недвижимости катался со мной, чтобы посмотреть своими глазами, что я делаю, чтобы расширить мою компанию. После того, как он следовал за мной три дня, этот агент признался: «Я точно не вытерплю ни дня больше. Я всего лишь *катаюсь* с тобой, но уже измождён». Каждый день я рассматривал свои действия так, будто от них зависела моя жизнь. Я ни за что не уезжал из какого-то города без уверенности, что я сделал всё возможное, чтобы познакомиться с каждым владельцем бизнеса. «Холодные» визиты по компаниям научили меня масштабным действиям в большей степени, чем все остальные мои занятия, и оказались самым ценным опытом для моих деловых начинаний в будущем.

Когда вы действуете масштабно, то не думаете о том, сколько часов вы работаете. Когда вы начнёте действовать на четвёртом уровне, то изменятся и ваша точка зрения, и ваши результаты. Вы начнёте создавать и находить возможности, и вам придётся заниматься ими в более раннее или позднее время дня, подходить к этим возможностям иначе, чем в «обычный» день. Так что обыкновенные рабочие будни станут делом прошлого. Я не отказывался от своей приверженности действовать масштабно до тех пор, пока это не перестало быть чем-то необычным и не превратилось в привычку. Любопытно было, что так многие мне говорили: «Почему ты ещё не дома так поздно?», «Почему ты навещаешь нас в субботу?», «Ты никогда не сдаёшься, да?», «Хотелось бы, чтоб мои ребята так работали» и даже «Ты на что *подсел?*». Да, я правда на что-то подсел: я стал относиться к успеху как к своему долгу, обязанности и ответственности, а масштабные действия превратились в мой туз в ру-

каве. Когда люди начинают говорить о ваших действиях и восхищаться ими, это признак того, что вы действуете масштабно.

Но когда вы работаете на этом уровне, нельзя думать в рамках комплиментов или рабочих часов, или даже денег. Нет — каждый день вы должны атаковать так, будто ваша жизнь, ваше будущее зависят от того, насколько у вас получится действовать масштабно. Когда я основал свою первую компанию, она обязательно должна была «выстрелить» — выбора не было! Я знал, что если я хочу, чтобы люди узнали, кто я такой, во что я верю и о чём рассказываю, то мне придётся много *делать* — и точка. Дело было не в конкуренции, а в неизвестности. Никто обо мне вообще не знал. Именно это была сама серьёзная трудность в каждой компании, которую я основывал, и думаю, что с этим сталкивается большинство предпринимателей. Никто не знает о вас и о вашем товаре, и есть только один способ пробиться через эту неизвестность — масштабные действия. У меня не было денег на рекламу, поэтому все мои силы я бросал на звонки, на почту, на электронную почту, на холодные звонки, на то, чтобы отзваниваться клиентам, на личные посещения и снова на звонки... Такие действия могут показаться изнурительными — и иногда так и есть. И тем не менее это правило, вероятно, даст вам больше уверенности и стабильности, чем любое другое обучение или образование, которое вы когда-либо получили.

Меня называли и обзывали по-разному из-за моей приверженности действию: трудоголиком, одержимым, жадиной, ненасытным, полным решительности, даже маньяком. Каждый раз, когда кто-то вешал на меня ярлык, этот человек действовал ниже четвёртого уровня. Ни разу ни один человек, который был успешнее меня, не считал мои чрезмерные действия чем-то плохим — потому что успешные люди знают на опыте, что требуется для достижения такого уровня успеха. Они сами знают, как добраться туда, куда хотят, и никогда не оклеймят масштабные действия чем-то нежелательным.

Масштабные действия означают, что вы решаете поступить несколько нерассудительно — а затем продолжаете действовать. Есть люди, которые посчитают, что действия на таком уровне — почти на грани сумасшествия, что они намного превышают стандарт общества; такие действия всегда приведут к новым проблемам. Но не забывайте: если вы не создаёте новые проблемы, значит, вы недостаточно действуете.

Также, когда вы начнёте действовать масштабно, будьте уверены, что люди будут вас критиковать и обзывать. Как только вы начнёте одерживать настоящие победы, посредственные люди начнут осуждать

вас. Те, кто действуют на трёх более низких уровнях, почувствуют некую угрозу от ваших масштабных действий и зачастую постараются показать, что вы в чём-то «неправы», чтобы самим оказаться правыми. Подобные люди не могут смириться, когда другие преуспевают на таком высоком уровне, и сделают всё, чтобы их остановить. Здравый человек поднялся бы сам на ваш уровень, а средненький человек скажет вам, что вы теряете своё время, что это не сработает в вашей сфере деятельности, что это оттолкнёт ваших клиентов, что никто с вами не захочет работать и т. д. Случается даже, что руководство порицает своих сотрудников, когда те прикладывают подобные усилия. Вы узнаете, что перешагиваете границу и попадаете в «царство масштабных действий», когда вы 1) создадите себе новые проблемы и 2) услышите критику и предупреждения. Ничего, не падайте духом. Такая деятельность разбудит вас от гипноза посредственности, которую вас научили терпеть.

Чтобы добиваться результатов на таком уровне, вы должны хвататься за любые возможности. Например, моя жена — актриса. Я советую ей соглашаться на все слушания вне зависимости от того, считает ли она, что готова, и верит ли, что эта роль ей подходит. Лучше, если вы «отстойно» сыграете роль, но вас заметят, чем не заметят вообще. Моя жена спрашивает: «А что если я провалюсь?» Я отвечаю: «В Голливуде полно ужасных актёров, и они всё же работают. Может, они не выберут тебя на ту роль, которую ты хочешь, но, возможно, решат, что ты идеально подходишь на какую-то другую роль». Цель — чтобы тебя видели, о тебе думали и тебя так или иначе рассматривали. Ваш единственный барьер — неизвестность, а не талант или его отсутствие. Чтобы преуспеть в выбранном вами начинании, нужно неустанно и постоянно прилагать усилия. Масштабные действия никогда вам не повредят, а помогут всегда. Также стоит понять, что в данном конкретном случае количество важнее качества. Деньги и власть тянутся к тому, кто привлекает внимание, а внимание привлекает тот, кто действует больше всех, и раньше или позже он и добьётся наибольшего количества результатов.

Никто не придёт к вам в гости, чтобы воплотить ваши мечты. Никто не пожалует к вам в компанию, дабы сделать ваши товары известными миру. Чтобы подняться над толпой, чтобы ваши клиенты хотя бы даже просто задумались о ваших товарах и услугах, о вашей компании, необходимо действовать масштабно. В своей прошлой книге «Если ты не первый — ты последний» я писал о важности господства в чём-то. Я имею в виду физическое господство. Скорее, я писал о господстве на уровне идеи: заполнять пространство рынка и целевой аудитории на-

столько, чтобы когда кто-то думает о вашей категории товара, услуги или о вашей сфере деятельности, то думал бы именно о вас. Если вы привыёте себе привычку и самодисциплину действовать масштабно, то пробьётесь через неизвестность, поднимете свою ценность на рынке и поможете себе добиться успеха, в чём бы вы ни решили.

ВОПРОСЫ

1. Вспомните пример из жизни, когда вы действовали масштабно и побеждали.
2. Как только вы начнёте действовать масштабно, что вы тотчас же себе создадите?
3. Что, скорее всего, скажут те, кто не действуют масштабно, тем, кто действует?
4. Что ещё может произойти, когда вы начнёте действовать масштабно?

Глава 8

Посредственность — залог неудачи

Взгляните вокруг, и, скорее всего, вы увидите мир, полный посредственности. Хотя, как я уже и писал, это «приемлемый» уровень и на нём построен средний класс, появляется всё больше и больше доказательств, что такое мышление не работает. Рабочие места уходят из США за океан, а безработица плодится всё сильнее. Представители среднего класса не могут свободно вздохнуть; многие живут дольше, чем позволяют их сбережения, и целые компании и сферы промышленности исчезают из-за того, что у них посредственные товары, обычное руководство, обыкновенные работники, среднестатистические действия и посредственное мышление — обычное, обычное, обычное...

Зависимость от посредственности может погубить ваши мечты и их воплощение. Давайте посмотрим на некоторые статистики: средний наёмный сотрудник в США читает менее одной книги в год и работает 37,5 часов в неделю. Тот же сотрудник зарабатывает в 319 раз меньше, чем лучшие американские генеральные директора, которые говорят, что читают более 60 книг в год. О многих из успешных руководителей злословят и говорят, что они зарабатывают горы, но часто мы забываем оценить всё то, что сделали эти люди, чтобы добраться до того уровня, на котором они сегодня. Хотя и может показаться, что они не особенно много или усердно работают, нельзя забывать о том, что они как-то попали в нужные университеты и выучились там, завязали верные знакомства и затем сделали то, что было нужно, чтобы подняться по «пищевой цепи» — то есть по карьерной лестнице. На всё это от них потребовались немалые действия. Конечно, вы можете злиться на них, но это не меняет того, что они получают награду за успех, которого добились.

Когда экономика начала сильно хромать в 2008 году, Говард Шульц, главный директор Starbucks, начал делать то, что делал почти что каждый генеральный директор в США, — сокращать расходы

и избавляться от нерентабельных кафе. А затем он сделал нечто, чего *не делали* большинство директоров: он объездил всю страну для того, чтобы пообщаться с посетителями Starbucks. Тогда, когда обычные работники уже давно ушли домой, миллиардер Шульц заходил в кафе и общался с любителями кофе, чтобы узнать, как Starbucks может ещё лучше обслуживать клиентов. Хотя СМИ не особо об этом трубили, такие действия были довольно удивительны с его стороны. И так, перед нами человек, который путешествует по стране и в девять вечера общается с клиентами, чтобы узнать их мнения и рекомендации. Это прекраснейший пример того, как можно решиться на мышление и действие на уровне гораздо выше среднего. Очевидно, что это превышает и превосходит то, чего ожидает рынок и любой клиент. Это далеко за пределами обязанностей обычного генерального директора. А биржевые графики и таблицы показывают, что Starbucks расширяется очень сильно и надёжно.

Starbucks предоставляет нечто, что не обязательно нужно людям, особенно в тяжёлые экономические времена. И тем не менее Starbucks продолжает расти, отдача инвесторам растёт, и имя компании становится всё известнее. Это говорит о том, что, хотя качество продукции или услуги и важно, на самом деле истинные сила и толчок исходят от людей, которые работают на какую-то компанию. Шульц точно знал, как справиться с той ситуацией. Несмотря на экономический спад и на временный упадок в делах компании, он всё равно смог «расширить» компанию — расширить не обязательно в смысле большего количества кофеен, а в том смысле, что он приложил свои силы, способности и изобретательность для того, чтобы действовать масштабно, чтобы уделить искреннее внимание каждому кафе и многим посетителям и чтобы поднять прибыль и известность компании.

Любое дело, в котором принимается посредственность, в конце концов «сдаст» и подведёт вас. Всё, что происходит в обычном и нормальном количестве, не приведёт к нужному результату. Большинство людей действуют на обычном уровне, но это не принимает во внимание разные силы, факторы и их следствия: «силу притяжения», возраст, сопротивление вашим идеям, верный расчёт времени и любые неожиданные факторы. Если вы сталкиваетесь с какими-либо барьерами — конкуренцией, потерей интереса к чему-то, отрицательной или тяжёлой ситуацией на рынке или со всем этим вместе взятым — и при этом действуете на обычном, нормальном уровне, то ваше дело просто провалится.

Напоследок знайте, что есть определённые люди и группы, которые будут специально и согласованно работать ради того, чтобы вам поме-

шать. Я не один из тех, кто живёт в страхе или всех во всём подозревает, и тем не менее мне дорого обошёлся тот урок, что такие люди есть: ко мне подошли несколько людей, которые заявили, что хотят сделать меня своим партнёром. Однако на самом деле они вовсе не хотели делать меня партнёром — их намерением с самого начала было украсть у меня созданный мною жизненный успех. Я на это не рассчитывал ни в каких моих планах и подсчётах и, если честно, это отняло у меня годы приложенных усилий. Так что поверьте мне — невозможно всё запланировать, а есть люди, которые попытаются забрать у вас то, что не могут сами создать.

Когда я взглянул в прошлое и попытался разобраться, что же случилось в сделке с этими преступниками, то понял, что я подверг себя их уговорам, потому что прекратил действовать на уровне «в 10 раз больше». Это открыло мне глаза на то, что в тот миг, когда я начал почиывать на лаврах и думать, что можно чуточку «отдохнуть и просто плыть по течению», я стал мишенью. Почти невозможно запланировать всё. В жизни вы столкнётесь с необычными обстоятельствами, и некоторые из них могут быть неприятными и враждебными. Лучший способ планировать на будущее — это привить себе привычку и самодисциплину думать и действовать на уровне «в 10 раз больше». Преуспейте настолько, чтобы никакой отдельный человек, ни одно событие, никакая цепочка неверных действий не могли бы стянуть вас вниз! Что угодно, что делается на обычном уровне, приведёт вас к неудаче, а в лучшем случае — подвергнет опасности! С другой стороны, если вы добьётесь большего успеха, чем вам нужно, и больше того, на что надеялись, то вы всегда будете готовы — даже если те, кто сами не могут достичь успеха, постараются стащить его у вас.

Несмотря на то, что годами мне сопутствовал успех на уровне, который очень впечатлял других людей, в глубине души я знал, что прекратил действовать масштабно. Что ж, вот и случилось, что эти ребята решили облегчить мне ношу моего успеха, и им это сошло с рук. Эта неудача, этот шаг назад мне дорого обошлись и были унижительными, но это происшествие пробудило меня, и я понял, что всегда опасно переходить на обычный уровень действий и участия в чём-то. Как только вы опуститесь до такого уровня, то скажу вам точно, что то, что у вас есть, и то, о чём вы мечтаете, начнёт исчезать. Это правда, и это касается всего: вашего здоровья, брака, богатства и духовного состояния. Средние действия лишь к этому и приведут — к посредственности.

Поймите, к чему приведут обыкновенное мышление и обычные действия — к обыкновенным проблемам, которые могут быстро перерасти

в непреодолимые проблемы. А что если вы проживёте на 20 лет дольше, чем позволяют ваши сбережения? Многим из нас придётся заботиться о родственниках, потому что они не думали и не действовали на уровне «в 10 раз больше». Представьте, что будут какие-то хронические трудности со здоровьем или какой-то непредвиденный экономический спад. Что происходит с целыми социальными группами, которые составили обычный финансовый план, а потом им пришлось столкнуться с длительным периодом серьёзных экономических трудностей или с десятилетиями безработицы? Обыкновенность и посредственность — это план поражения!

Посредственность не приводит к результатам ни в какой сфере жизни. Всё, чему вы уделяете лишь обычное количество внимания, начнёт ухудшаться и в конце концов прекратит существовать. Лишь те компании, сферы деятельности, художники и деятели искусства, создатели товаров и другие люди, которые подходят к каждому действию и мероприятию с установкой, что обыкновенность никуда не годится, будут продолжать существовать и добиваться успеха в будущем. Нужно изменить свою приверженность делу и своё мышление так, чтобы они поднялись высоко над идеями посредственности. Я вам обещаю, что, как только вы это сделаете, вы увидите, что это тотчас же повлияет и на другие области жизни. Ваши родственники и друзья начнут меняться, результаты — улучшаться, вам будет больше везти; возможно, вам покажется, что время не тяготит, а пролетает незаметно, а в результате ваших действий ваши отношения с людьми станут лучше.

Посредственность — это также причина, по которой терпят неудачу многие новые компании. Встречаются несколько людей, придумывают прекрасную идею, пишут деловой план, создают компанию и в своих предположениях основываются на том, что им будет сопутствовать удача. Возможно, они даже считают, что их подсчёты консервативны и осторожны. «Предположим, мы покажем товар 10 людям. Тогда мы точно продадим трём. Это реально и предсказуемо». Кто-то из них говорит: «Давайте срежем наш успех вдвое, чтобы быть очень предсказуемыми. Может, всё равно получится?» Они решают, что, даже основываясь на ещё более консервативном плане, они добьются успеха. Но они неверно оценили, скольким людям придётся позвонить только лишь для того, чтобы *провести* те изначальные 10 презентаций. Даже если у вас самый лучший товар на планете Земля, может потребоваться 100 звонков только лишь для того, чтобы договориться о 10 встречах. Если вы полностью запланировали следующий шаг своего проекта, это ещё не значит, что все остальные в мире — с вами.

Люди следуют своему графику, у них свои товары и свои проекты. Потребуется огромные усилия и настойчивость только лишь для того, чтобы у вас была возможность встретиться с нужными людьми. Когда большинство людей пишет планы, они размышляют и думают по-обычному и не думают о масштабных действиях, которые понадобятся для того, чтобы пробиться.

Когда на свет появляются новые идеи, то вдохновлённость и азарт изобретателя влияют на идею, на её воплощение и на мышление творца этой идеи. Есть много отрицательных факторов: конкуренты, состояние экономики, рынка и производства, ссуды, сбор средств, занятость ваших клиентов другими проектами и тому подобное. Люди оценивают эти факторы на уровне, который считают уровнем средней сложности. А потом, когда оптимистические предположения не оправдываются, то не получается достичь даже самых консервативных целей. Может быть, заболевает ключевой партнёр, или же происходят какие-то очень существенные изменения в экономике, или случается что-то существенное на всей планете. И вот люди следующие полгода думают уже не о проекте, а о чём-то совершенно ином.

Те, кто начали это новое предприятие, начинают терять вдохновение, следуют мелкие ссоры, и по мере того, как всё становится всё сложнее и сложнее, чем планировалось изначально, поражение кажется им всё ближе и возможнее. Партнёры проекта тратят больше денег, чем кто-либо планировал, а дохода нет. Один из мечтателей начинает сомневаться и подумывать, а не уйти ли ему, потому что, по всей видимости, игроки не готовы ни умственно, ни эмоционально, ни физически предпринимать масштабные действия, которые нужны, чтобы пробиться через сопротивление на рынке.

Можно продолжить о той же ситуации: участники проекта хотят справиться с отсутствием дохода, пытаются наладить финансирование или взять деньги в долг у своих друзей и сталкиваются с ещё большим количеством сопротивления. Участники понимают, что большинству из них будет всё сложнее подтянуть себя до «безрассудного» уровня «нерассудительных» и непрерывных десятикратных действий, которые нужны, чтобы добиться успеха, — действий, которых вначале не было в деловом плане. Основатели начинают думать, что их компания и её успех зависят больше от сбора средств, чем от более активных действий, и это происходит потому, что они неверно оценили десятикратный уровень мыслей и действий, которые нужны, чтобы идти дальше.

В идее посредственности или обыкновенности предполагается (конечно же, неверно), что всё действует стабильно. Люди думают оп-

тимистически и переоценивают, как хорошо всё будет, а потом недооценивают, сколько сил и энергии понадобится лишь на то, чтобы всё изначально протолкнуть. Это вам подтвердит любой, кто добился успеха в бизнесе.

Ни в коем случае нельзя готовиться лишь к обычной «силе притяжения» (то, что тянет вас обратно вниз), к обычному сопротивлению вашему товару, обычной конкуренции и обычному состоянию рынка. Не думайте об обыкновенных действиях — думайте о масштабных. Представьте себе, что вам придётся носить пятисоткилограммовый рюкзак каждый день в гору с наклоном 20 градусов при встречном ветре 70 км в час. Готовьтесь к масштабным, неустанным действиям, и вы победите!

Большинство компаний терпит неудачу потому, что им не удаётся убедить людей в своих идеях и продавать свои товары и услуги по ценам достаточно высоким, чтобы поддерживать компанию и финансировать её деятельность. У компании не получается собирать выручку в достаточном количестве, потому что люди, из которых компания состоит и которые в ней участвуют — и сотрудники, и клиенты, и продавцы, — привыкли действовать лишь на обычном уровне.

Посредственность и обыкновенность никогда не приводят ни к чему большему, чем посредственность, а обычно — к намного меньшему. Обыкновенное мышление и обычные действия обеспечат вам лишь несчастье, неуверенность и неудачу. Избавьтесь от всего посредственного, в том числе от подобных советов и друзей. Быть может, вам это кажется слишком жёстким? Не забывайте, что успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность. А поскольку нет ни малейшего недостатка успеха, все видимые ограничения на вашем пути могут быть просто из-за того, что вы думаете и действуете по-обычному. Разделайтесь со всеми понятиями обыкновенности и посредственности. Изучите, как ведут себя обычные люди, и запретите себе и своей команде, своей компании даже рассматривать вариант так действовать. Окружите себя людьми, которые мыслят и действуют незаурядно. Скажите в открытую своим друзьям, родственникам и товарищам по работе, что посредственность для вас — то же, что пагубная болезнь. Помните, что ничто обычное не приведёт вас к необыкновенной жизни. Посмотрите слова «обычный», «посредственный», «средний» в словаре, и вы увидите, какие качества они в себе содержат: заурядный, обыкновенный, типичный, ничем не выдающийся. И этого вам должно хватить, чтобы избавиться от «посредственности» и «обыкновенности» во всех ваших мыслях и расчётах.

ВОПРОСЫ

1. Напишите имена трёх ваших знакомых, которые действуют на уровне обыкновенности или посредственности.
2. Напишите три примера из вашей собственной жизни, когда обычные действия привели к тому, что вы не достигли цели.
3. Запишите имена тех ваших знакомых, которые в чём-то незаурядные и выдающиеся, а затем напишите, чем они отличаются от обычного уровня.
4. Посмотрите в словаре определения слов «обычный», «обыкновенный» и «посредственный» и запишите их ниже.

Глава 9

Цели в стиле «в 10 раз больше»

Я считаю, что одна из важнейших причин, почему люди отказываются от своих целей и не добиваются их, — это то, что они изначально ставят заниженные цели. Я читал множество книг о постановке целей и даже бывал на многих семинарах на эту тему, и я постоянно наблюдал, как люди ставят себе цели, а затем так и не начинают двигаться к ним или отказываются от них. Нас часто и постоянно предупреждают, чтобы мы не ставили себе «слишком высокие» цели. На самом деле, если начинать с низких целей, то и достижения скорее всего будут такими же. Когда люди мыслят недостаточно масштабно, то обычно это приводит к тому, что они будут действовать недостаточно масштабно, недостаточно часто и недостаточно настойчиво! Если подумать — кого захватывают так называемые «реальные» цели? И кто будет постоянно вдохновлён занятием, которое в лучшем случае приведёт к средней отдаче? Именно поэтому люди и отказываются от проектов, когда встречаются с любым сопротивлением, — у них слишком низкие цели. Чтобы не терять азарт, нужно ставить цели настолько высоко, чтобы они удерживали ваше внимание. Посредственные цели, реальные цели почти всегда ведут к разочарованию для человека, поскольку у него не получается своими действиями разжечь цель и не давать ей потухнуть.

В действительности, если подумать, большинство людей относится к своим целям с такой безнадежностью, что записывает их лишь раз в год. Мне же думается, что любому стоящему занятию надо уделять внимание почаще, чем раз или два в год. То, от чего больше всего зависит ваша жизнь, требует ежедневных действий. Поэтому я обязательно делаю вот что: 1) записываю свои цели ежедневно и 2) выбираю цели, которые чуть-чуть выше достижимых. Это даёт возможность раскрыть мои настоящие способности, которые в свою очередь питают мои ежедневные действия. Некоторые говорят о том, что если ставить труднодостижимые цели, то это приведёт к тому, что человек обескуражится и потеряет интерес. Но ведь если ваши цели такие

незначительные, что о них не нужно думать ежедневно, то вы точно потеряете интерес!

Очень помогает формулировать ваши цели так, будто вы их уже достигли. У меня рядом с постелью лежит блокнот для того, чтобы я мог записывать цели каждое утро и прямо перед сном. В кабинете у меня тоже лежит блокнот для того, чтобы записывать новые или усовершенствованные цели и задачи. Ниже — примеры некоторых целей, над которыми я сейчас работаю, и того, как я их записываю. Обратите внимание на то, что я пишу их так, будто я уже достиг каждой из них (хотя на самом деле они все ещё в работе):

- У меня более 5000 квартир недвижимости, и они приносят более 12% прибыли
- Я в идеальной физической форме, и у меня идеальное здоровье
- Общая стоимость моих активов — более 100 миллионов долларов
- Мой доход — более миллиона долларов в месяц
- Я написал и издал 12 или более книг-бестселлеров
- Мой брак не заболачивается, процветает, и другие на него равняются
- Я каждый день всё сильнее влюблён в свою жену
- У меня двое замечательных здоровых детей
- У меня нет долгов, кроме тех, которые оплачивают другие люди
- У меня красивый дом на берегу океана без ипотеки и долгов
- У меня личное ранчо в штате Колорадо, именно такое, как я хочу — с прекрасным видом на горы и на лошадей
- У меня собственные компании, я могу контролировать их на расстоянии, и со мной работают отличные люди
- Мои дети дружат с самыми влиятельными людьми на планете
- Я положительно влияю на своё окружение, на общество и на политику
- Я постоянно создаю неповторимые программы и курсы, которые интересны людям и которые повышают их уровень жизни
- У меня неограниченное количество сил и неиссякающий безграничный интерес к своей карьере
- У меня личная телепрограмма, и она очень популярна в эфире пять лет подряд
- Я в числе тех, кто больше всего пожертвовал своей церкви

Учтите, что это ещё не все мои цели, и я здесь просто привожу вам пример того, как я их формулирую. Помните также, что это те цели, которые мне ещё нужно достичь, а не уже достигнутые.

Когда люди ставят себе обыкновенные цели, это не может и не будет вдохновлять их на действия в стиле «в 10 раз больше». Если подходить к чему-то с заурядным мышлением, то вы сдадитесь, как только столкнётесь с барьерами и трудностями, с сопротивлением или неоптимальными условиями; если вами не движет высокая «сочная» цель, то вы сдадитесь. У вас должна быть важная причина для того, чтобы пробиться через сопротивление. Чем выше, чем *нереальнее* ваши цели и чем более они согласованы с вашей личной целью и вашим долгом, тем больше сил, энергии и толчка они придадут вашим действиям.

Например, я хочу накопить 100 миллионов долларов на счету. Необходимы ли кому-нибудь 100 миллионов? Нет! Это просто цель — и чем она сочнее и выше, тем больше вероятность того, что у вас будет достаточно мотивации, чтобы двигаться по направлению к цели и пробиваться через сопротивление.

Если же вы хотите прибавить ещё больше энергии к достижению ваших целей, то свяжите их с чем-то ещё более высоким и благородным. Например, если кто-то хочет заработать деньги, но у него нет положительной цели, для которой это нужно, то он может их заработать и затем потерять или потратить впустую. Когда вы ставите себе цель, проясните для себя, зачем она вам, а затем свяжите её с ещё более высокой целью. Когда вы ставите себе цели, мыслите высоко и масштабно — так, чтобы цели охватывали многое. Многие люди ставят себе задачу заработать деньги и цель накопить их, но затем растрачивают состояние, которое создали своими руками. Подумайте о том, сколько людей мечтали о том, чтобы разбогатеть, и добились этого, а затем умерли в бедности. Так что, если вы поставите себе цели так, чтобы они гармонировали с другими целями, это на самом деле вам поможет. Скажем, у меня есть цель накопить 100 миллионов, а другая моя цель — поддержать мою церковь и финансировать программы, которые улучшают состояние общества и помогают миру. Это пример того, как совмещать цели, и вот тогда у меня будет достаточно вдохновлённости, «топлива» и лошадиных сил для всех моих действий и целей.

Одна из моих первых работ была в Макдоналдсе. Я её просто ненавидел, и не потому, что это было в Макдоналдсе, а потому, что она не соответствовала моим долгосрочным и более близким целям. Парень, которой работал со мной, просто обожал свою работу — потому что она гармонировала с его целями. Я работал там и получал по 7 долларов в час, чтобы у меня были деньги на карманные расходы, а он работал там и получал 7 долларов в час, но он хотел научиться этому делу и открыть 100 своих собственных кафе «Макдоналдс». Он не понимал, почему я не радовался работе, а я не понимал, почему он *радовался*. Меня уволи-

ли, а он продолжал работать и стал владельцем не одного кафе. Ваши цели существуют для того, чтобы питать необходимые действия, так что ставьте высокие цели, возвращайтесь к ним часто и свяжите их со своими ещё более высокими и благородными целями.

Спросите себя, соответствуют ли те цели, которые вы себе поставили, вашему потенциалу. Большинство людей признают, что их цели намного ниже их потенциала, и это происходит потому, что людям в этом мире объяснили, их убедили и уверили — даже в школах или университетах, — что надо ставить невысокие, реальные и достижимые цели. Если у вас есть дети, то я уверен, что вы говорили им об этом, или же, может быть, вы слышали это от своих собственных родителей или в рабочем окружении. Никогда не ставьте себе реальные обыкновенные цели — можно жить реальной обыкновенной жизнью вообще без постановки целей.

Я просто презираю слово «реальный», потому что оно основано на достижениях других людей и на том, что они считают возможным, — людей, которые, скорее всего, действовали на нижних трёх уровнях действий. «Реальное» мышление основывается на том, что другие считают возможным, но ведь они — не вы, и они никак не могут знать, какой у вас потенциал и какие цели. Если уж вы будете ставить себе цели и брать за основу чьи-то мысли и идеи, то обязательно ориентируйтесь на идеи гигантов этой планеты. Они же вам в первую очередь скажут: «Не бери мои цели за основу своих — ты можешь достичь ещё большего». Ладно, а если вы всё же поставите себе цели, отталкиваясь от целей лучших игроков планеты, то что тогда? Например, цель Стива Джобса — оставить след в этой Вселенной: создать товары, которые навсегда изменят мир. Посмотрите, что ему удалось с компаниями Apple и Pixar. Если уж вы собираетесь приравнять ваши цели к целям других, то хотя бы выбирайте гигантов, которые достигли неимоверного успеха.

Многие люди оказываются на каком-то пути лишь потому, что идут по следам других — обыкновенных — людей. Большинство людей учатся в университете не потому, что хочет, а потому что им так говорят. Большинство людей исповедуют какую-то религию только потому, что они в ней выросли. Большинство людей говорят лишь на том одном языке, на котором говорит их семья, и так и не находят времени на то, чтобы выучить ещё один язык. Те решения, которые принимали наши родители, учителя или друзья, влияют на большинство из нас, также как влияют на нас те границы, которые они нам установили. Готов спорить, что если я спрошу пятерых из ваших самых близких товарищей или коллег об их целях, я скорее всего смогу вам сказать и некоторые из ваших целей. Ваше окружение манипулирует и вами, и вашими целями.

Я никогда не скажу никому, какие у него должны быть цели. Но мой совет вам — когда будете ставить перед собой цели, помните, что нас обучали на основе границ и ограничений. Не забывайте об этом, что нельзя недооценивать свои возможности. А также помните следующее: 1) Вы ставите цели для себя — не для кого-то другого. 2) Всё возможно. 3) Ваш потенциал и ваши способности гораздо выше, чем вы думаете. 4) Успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность. 5) Не существует дефицита успеха. 6) Как бы высока или мала ни была бы цель, потребуется потрудиться. Ознакомьтесь с этими принципами, а затем сядьте и запишите свои цели. И будьте готовы записывать их каждый день заново, пока не достигнете их.

Если недооценить свой потенциал, то невозможно поставить цели верного масштаба. Если вы поставите перед собой слишком низкие цели, то не подготовитесь к необходимым масштабным действиям. Я знаю, что эта книга и её замысел — НЕ для всех. Очевидно, что оно точно не для тех, кто согласен на обыкновенность или посредственность, и не для тех, кто готов расслабиться и довольствоваться «остатками трапезы». Оно не для тех, кто хочет полагаться на надежду и на молитвы в достижении успеха. Правило «в 10 раз больше» предназначено для тех немногих людей, которые жаждут незаурядной жизни и одержимы её созданием, для тех, кто хочет быть хозяином своей судьбы и управлять достижением успеха. Правило «в 10 раз больше» полностью убирает понятия везения и случайности из ваших деловых расчётов и уравнений и объясняет вам, как именно нужно мыслить, чтобы обеспечить себе масштабный и огромный успех.

Давайте рассмотрим такой пример: допустим, вы ставите себе финансовые цели. В 2009 году президент Соединённых Штатов сказал, что тех, кто зарабатывает более 250 000 долларов в год, стоит считать богатыми. Если посмотреть на нынешний расклад, то с вас снимут по меньшей мере 100 000 налогов, и это оставит вам 150 000. После того, как вы выплатите счета по двум машинам, купленным в кредит, заплатите за ипотеку, оплатите налоги на недвижимость, заплатите за еду, одежду и обучение своих детей, у вас — быть может — останется 20 000. Если копить эти деньги на протяжении 20 лет, то у вас будет примерно 400 000 — если не будет никаких непредусмотренных неприятностей. А теперь подумайте о том, что ваши родители (возможно, и ваши родители, и родители супруга или супруги) не очень хорошо финансово спланировали свою жизнь на пенсии. Их сбережения закончатся примерно на 15 лет раньше их смерти, и теперь они будут зависеть от вас. Если что-либо из этого произойдёт, то очень скоро вы поймёте (и поймёте слишком поздно), что занизили свои финансовые цели. Тогда на то, чтобы как-то управлять своим состоянием и пытаться его удержать, у вас уйдёт больше усилий, чем ушло на его

создание. Не забывайте ещё, что кроме того, чтобы поддерживать родителей, вам придётся накопить на свою собственную пенсию. Также в нашем примере мы не учитываем рост цен на жизнь, плохие новости, неожиданные неприятные события и что-либо глобальное. Теперь добавьте капельку происшествий последних лет, и вы поймёте, что 90 процентов населения занизило цели и задачи, которых необходимо достичь, просто чтобы поддержать свой образ жизни, — не говоря о том, чтобы реализовать свои жизненные цели. «Узкое» мышление всегда наказывалось и будет наказываться так или иначе.

Мы живём на планете, где царит заниженная оценка всего вокруг. Лучшие университеты и школы бизнеса в США ссылаются на недостаток финансирования как на одну из главных причин того, что компании терпят неудачу. Но в действительности это происходит из-за неверного подсчёта того, сколько денег ухлопает компания, пока товар не зацепит рынок, — вот вам ещё один пример того, что «обыкновенность» и «посредственность» недостаточны.

Больше всего в жизни я жалею не о том, что не оторвал пятую точку от дивана, и не о том, что не работал, не покладая рук, — и отрывал, и работал. Нет, я жалею о том, что не ставил цели в 10 раз выше, чем изначально считал достижимыми. Почему так вышло? Моё воспитание и образование очень сильно повлияли на мои цели, ограничили их. Я никого не виню — это просто факт. Первые 30 лет в бизнесе я верно вёл себя в отношении десятикратных действий, а следующие 25 лет я буду верно оценивать цели в стиле «в 10 раз больше».

А вам я рекомендую вот что:

- Ставить цели в стиле «в 10 раз больше».
- Согласовывать их с другими вашими целями.
- Записывать цели каждый день — когда просыпаетесь и перед сном.

ВОПРОСЫ

1. Напишите, как ваше воспитание повлияло на то, как вы ставите цели.
2. Какие бы цели вы себе поставили (напишите несколько из них), если бы знали, что они достижимы?
3. Какие ещё у вас есть цели, которые охватывают разные области, гармонируют с вашими главными целями и могут дать ещё более сильный толчок вашим действиям?
4. Посмотрите на мои цели, которые я привёл как пример, и найдите там две черты, общие для всех целей.

Глава 10

Конкуренция — для слабаков

Одна из пресквернейших и ложных идей, которую пропагандируют по всему миру, — это то, что конкуренция полезна. Для кого именно полезна? Возможно, она даёт выбор покупателям, а кого-то побудит стать лучше. Но в мире бизнеса нужно быть в положении *господства*, а не конкуренции. Есть старое выражение: «конкурировать полезно»; ладно, тогда вот новое:

«Говорят, что конкурировать полезно,
Господство же — иммунитет от всех болезней!»

По моим наблюдениям, когда кто-то конкурирует, то это ограничивает способность этого человека думать творчески, потому что он начинает постоянно следить за чьими-то действиями. Моя первая компания стала столь успешна потому, что я создал программу обучения продажам с совершенно новым подходом к ним, и моей программе не было конкуренции. Это точно была новая точка зрения и новый подход к продажам. Никто не делал ничего нового — все просто копировали друг друга на протяжении последних 200 лет. Поэтому я просто не обратил внимания на конкуренцию и создал новый процесс продаж, который назывался «Продажи при помощи данных». Это было до эпохи Интернета и до того, когда у покупателей появился быстрый доступ к информации. Я предсказал, что продавцам придётся выбросить в мусор старые техники и научиться тому, как пользоваться данными, чтобы продавать. Я забегал в будущее, моё мышление шло впереди времени, и приверженцы традиций сопротивлялись. Но несмотря на всё это, как только Интернет набрал силу, «продажи при помощи данных» прижились, как способ продавать, а моим конкурентам только и оставалось, что держаться за старомодные техники и способы. Я же оказался победителем, потому что люди были в восторге от чего-то совершенно нового. Первопроходцы идей не подражают другим, и они не конкурируют, а создают. А также они не подражают тому, чего добились другие, не ориентируются

ся на них.

Никогда не ставьте себе цель конкурировать. Вместо этого сделайте всё, что только можно, чтобы господствовать в своей сфере, чтобы вам не пришлось пускаться вдогонку за кем-то. Не позволяйте другой компании лидировать — пусть это будет *ваша* работа. Оставайтесь впереди, и пускай остальные пускаются в погоню за вами, стараются подражать вам, а не наоборот. Это не значит, что не нужно изучать передовые методики других и тенденции вашей сферы деятельности, но сделайте своей задачей поднять эти методики и понятия на новый уровень. Например, компания Apple производит компьютеры и телефоны; они не скопировали просто-напросто то, что делали Dell, IBM и Rimm. Компания Apple не конкурирует — она господствует и задаёт темп, а другие стараются добиться того же успеха. Не ставьте себе цели на уровне конкуренции. Ставьте их на том уровне, на котором они полностью затмят цели других в вашей сфере и займут господствующее место.

Вы можете спросить себя: и как же господствовать? Первый шаг — решить господствовать. А затем лучший способ господствовать — это делать то, что отказываются делать другие. Именно так — делать то, на что они *не готовы*. Тогда у вас сразу же получится выделиться в чём-то и получить несправедливое преимущество. Давайте я повторю: *несправедливое* преимущество. Хотя я всегда этичен, я никогда не играю «по правилам». Я ищу варианты заручиться несправедливым преимуществом, и один из верных способов — делать то, что не согласны и не готовы делать другие. Найдите что-то, на что не способны конкуренты — возможно, из-за размера компании или потому, что есть обязательства работать над другими проектами, — и воспользуйтесь этим. Может быть, они срезают расходы во время нестабильной экономики. Вот как раз ваш шанс расшириться и занять те области, от которых они отступают. Однажды я помогал компании, которая делала зубные импланты, и они сказали мне, что лидирующая компания в этой области сократила все расходы на поездки и решила, что будет связываться с клиентами только по телефону и по Интернету. Чтобы получить пр имущество над конкурентами, мы решили господствовать и заняться личными контактами, в то время как лидер отступал. Не конкурируйте, господствуйте!

Никогда не играйте по правилам, на которые согласились и по которым играют другие. Обычно правила, традиции и нормы какой-либо группы или сферы деятельности — это ловушки, которые останавливают новые идеи, более высокий уровень мастерства и мешают господству в этой сфере. Недостаточно просто участвовать в соревновании — нужно быть во главе списка возможных призёров. А ещё лучше, если на вас будут смотреть как на единственное возможное действенное реше-

ние. Нужно настроиться на то, что у вас такая сила, мощь и влияние в своей сфере, что и клиенты, и рынок, и даже конкуренты автоматически *первым делом думают о вас*, когда говорят о вашей сфере деятельности. У компании IBM это получилось настолько хорошо, что все персональные компьютеры называли IBM. Было время, когда у компании Xerox это настолько хорошо получилось с копировальными машинами, что никто не говорил «сделать копию», а все говорили «отксерить». Это одновременно и полное господство на рынке, и не очень хорошая защита своей торговой марки. В моей компании по обучению продажам нет цели конкурировать с другими за деньги клиентов. Наша цель (без преувеличения) — добиться, чтобы каждый человек на планете Земля отождествлял имя Гранта Кардона с обучением продажам. Достижимо ли это? Скорее всего нет, но именно на эту задачу мы ориентируемся, когда принимаем решения. Мы не конкурируем ни с кем, чтобы быть лучшими в нашей области. Наша цель — настолько завладеть мышлением людей, чтобы моё имя и обучение продажам были для них синонимами. Чтобы когда кто-то вводит «мотивация в продажах» на Google, выскакивало моё имя. Вот так стоит подходить к какой-то сфере, к цели, к начинанию — полностью владеть и господствовать.

Всегда можно чему-то научиться от тех, кто хочет конкурировать, — просто не нужно за ними бегать. Говорят, что Сэм Уолтон, основатель сети Wal-Mart, раз в неделю ходил за покупками в другие магазины, чтобы посмотреть, что они делают хорошо, и усовершенствовать это. Но в то же время он нацеливался на господство, а не на конкуренцию. Если уж подражать другим в чём-то лучшем, то работайте не покладая рук, станьте бесподобным мастером их техники или практики, и пусть она станет вашей. Оттачивайте их фирменные приёмы, пока эти приёмы не станут *вашим* преимуществом. Делайте это, пока не станете знатоком и лидером в этой области, пока не будете господствовать в ней настолько очевидно, что конкуренты даже пробовать не захотят. Не обязательно первым открыть какую-то сферу, но важно, чтобы вас считали первым в этой сфере, — думаю, вы меня понимаете. Своими постоянными действиями нужно дать рынку понять вот что: «За мной никто не поспеет. Я никуда не денусь. Я не один из конкурентов — я просто заполняю собой всё эту область».

У большинства из вас будет меньше денег, чем у некоторых из лидеров в вашей области. Но даже если у вас меньше денег, это не значит, что вы в невыгодном положении. Да, возможно, они могут больше тратить и больше рекламировать, но вы можете победить их усердной работой — перегнуть с помощью того, что пользуетесь социальными сетями, навещаете клиентов, посылаете почту — бумажную и элек-

тронную, заводите новые полезные связи и т. д. Создавайте кампании с теми ресурсами, что у вас есть. Не существует недостатка энергии, изобретательности, и нет никаких ограничений, с каким количеством клиентов можно связываться и сколько раз. Используйте различные комбинации кампаний, в которые входят разные предложения, ролики, ссылки, независимые источники, почта, электронная почта, звонки и посещения, чтобы парировать дорогие и часто бесполезные рекламные кампании более крупных игроков. **ВНИМАНИЕ:** когда вы своими действиями парируете рекламные кампании тех конкурентов, у которых «большой карман», *никогда* нельзя недооценивать, сколько действий вам понадобится, чтобы захватить и удержать внимание в своей сфере. Например, некоторые люди думают, что они могут что-то вывешивать на Facebook или в Twitter два раза в день и это к чему-то приведёт. Если вы думаете о парочке чего бы то ни было, то недооцениваете саму идею масштабных действий, а если считаете, что два объявления привлекут к вам внимание, то точно не понимаете размаха Интернета. Как и во всём остальном, что касается расширения бизнеса, в социальных сетях нужно появляться снова и снова и дать всем ясно понять, что вы никуда не денетесь.

И если говорить о социальных сетях, то хорошо то, что играть в эту игру может кто угодно, вне зависимости от денежной ситуации. Там можно творить и проявлять безграничную изобретательность, а награждаются там те, кто использует социальные сети постоянно и настойчиво. Когда я впервые начал «играть в социальные сети», я туда что-то вывешивал два раза в день. Не знаю, о чём я думал, но я тогда думал «по-мелкому». В то же время мы начали раз в месяц рассылать по электронной почте стратегические советы, и получатели просили нас, чтобы мы сняли их с рассылки. Мои коллеги предложили мне расслабиться. Именно тогда я и очнулся, и ко мне вернулся рассудок. Вместо того чтобы «расслабляться», я отдал распоряжение в 10 раз увеличить количество объявлений в социальных сетях. Затем я сказал своим сотрудникам рассылать электронные советы дважды в неделю, а не раз в месяц (в 8 раз чаще), и начал писать по 48 сообщений в день на Twitter (каждые полчаса). Каждое писал я лично, и мы просто запрограммировали, чтобы они выходили в определённое время. Хотя вы, может, и подумаете, что количество жалоб и просьб «снять с рассылки» увеличилось, это не так. Как раз наоборот — мы стали получать письма и комментарии с восхищением, что мы так активны, и комплименты о том, что я готов бесплатно рассказывать людям о продажах и мотивации. Нас засыпали вопросами: «Как вы так можете? Сколько у вас людей? Где вы находите столько времени? Вы хоть когда-нибудь

отдыхаете?» На каждый опубликованный комментарий приходилось, должно быть, 1000 человек, которые думали нечто похожее... И о ком же они думали, как вы считаете? Это кампания нам не стоила дорого, и расплачивались мы всего лишь энергией, усилиями и изобретательностью. В то время, как я всё это делал, человека, которого со мной сравнивает большинство людей, спросили, что он думает о социальных сетях. На что он ответил: «Я всё ещё оцениваю их». Пока он оценивает, я потрошу социальные сети. Как-то раз я вывесил на Twitter: «Twitter будет моим холопом».

Вот вам прекрасный пример господства и громадного размаха в мышлении и действии, а денег это не стоит. Когда вы думаете о господстве, думайте так: невозможно господствовать, если не пробиться на рынок, а туда нельзя проникнуть при обычных и рассудительных действиях. Ваша серьёзнейшая проблема — неизвестность. Люди не знают и не думают о вас.

Ещё все мы сталкиваемся с тем, как прорваться через весь этот шум и гам на рынке. Нужно получить два результата: 1) добиться внимания; 2) прорваться через рыночный шум и гам. В моём случае, если бы мы решили ослабить действия из-за парочки жалоб, мы бы не расширили нашу базу контактов. Чем больше я вывешивал объявлений, тем больше мы нравились читателям. Чем больше мы общались, тем большему числу людей помогали. По мере того, как мы стремительно проводили программу, были даже комментарии от конкурентов, где они подражали мне смеха ради или издевались надо мной. Но даже эти комментарии привлекали внимание ко мне и моей компании. Когда вы действуете на нужном уровне, произойдёт вот что: 1) у вас появятся новые проблемы и 2) ваши конкуренты начнут вас рекламировать. Я просто обожаю, когда мне удаётся создать такое воздействие, что люди, которые меня даже не знают, начинают обсуждать меня и делать известными мою компанию, продукцию и то, чем я занимаюсь.

Определите способности, действия и точку зрения своих конкурентов. Делайте то, на что они не готовы, двигайтесь туда, куда они не осмелятся, а также думайте и действуйте на уровне «в 10 раз больше», который им не понять.

Не увяжайте чрезмерно в том, чтобы конкурировать с другими, основываясь на лучших методиках вашей сферы; поднимитесь до уровня, который мир считает нерассудительным, и делайте то, что можете только вы, на что готовы только вы и что привычно только вам. Я это называю «неповторимые методики».

Я консультировал одну компанию, и мы нашли, в чём можно применить «неповторимые методики». Мы обнаружили, что в этой сфере вообще есть трудности с тем, чтобы вести клиентов и повторно связываться с ними. И мы посмотрели, что же *не* готовы делать и *не* делают наши конкуренты: никто из них не звонил клиентам, после того как те уходили из магазина. Поэтому в компании тотчас же ввели программу, по которой клиентам звонили, когда они выезжали с парковки. Когда клиенты покидали компанию, им на сотовый телефон сразу же звонил руководитель и просил вернуться. Если же включался автоответчик, то руководитель оставлял такое сообщение: «Пожалуйста, сейчас же вернитесь. Мне нужно вам показать нечто очень важное». Или же руководитель посылал сообщение и писал, что у компании есть что показать клиенту *именно сейчас*. Если с клиентом не удавалось связаться, то в тот же день ему звонил другой руководитель и повторял звонок на следующее утро. Результаты были баснословными. Почти что 50 процентов клиентов возвращались немедленно, и из них почти 80 сразу же покупали. Ещё 20 процентов возвращались в результате последующих звонков. Всё это подняло продажи организации на новый уровень. Это пример «неповторимых методик».

Неважно, чем именно вы занимаетесь, но важно, чтобы вы поставили себе цель господствовать на рынке с помощью мгновенных, постоянных и настойчивых действий — на таком уровне, чтобы никто больше не был готов так действовать и вам подражать. Возьмите любое действие и поднимите его на такой уровень, чтобы отделить себя и компанию от всех остальных в вашей сфере и вашем пространстве. Будьте готовы потратить последнюю капельку своей энергии, своих усилий, своей изобретательности и своего творчества, чтобы выделиться, стать единственным игроком в людских глазах. Научитесь господствовать — стать первым, о ком подумает рынок, о ком подумают и ваши клиенты, и даже ваши конкуренты. Условия на рынке не улучшатся, пока вы сами не измените свою точку зрения и свой подход к рынку. Даже если ваш рынок тяжёлый, всё равно вы меньше пострадаете, если будете на нём господствовать. На самом деле тяжёлый рынок создаёт возможности, потому что игроки такого рынка обычно слабеют и становятся зависимыми, поскольку не умеют выживать в более трудных условиях. Не жалейте их — будьте лучше и владейте рынком. Дело не в их невезении — просто их подводят их обыкновенное мышление и обычные действия. Рынок жесток и накажет каждого, любого, кто не предпринимает верного количества действий. Именно сейчас и настало время направить все свои мысли и все свои действия на то, чтобы господствовать над своей сферой,

своим рынком и своими конкурентами, чтобы заполнить собой все мысли потенциальных клиентов. Хватит уже думать о конкуренции. Что бы там ни говорили все остальные, она не полезна. Конкуренция — для слабаков.

ВОПРОСЫ

1. Какова разница между конкуренцией и господством?

«Говорят, что конкурировать полезно,
Господство же — _____!»

1. Какая разница между лучшими методиками и неповторимыми методиками?
2. Какие приёмы и методики вы можете применить, чтобы подняться над конкурентами?

Глава 11

Как вырваться из среднего класса

Пожалуйста, не обижайтесь на то, что я пишу в этой главе. Я знаю, что многие из вас всю свою жизнь стремились попасть в средний класс, и я вот-вот скажу вам, что это неверная цель. Не будьте предвзятыми и будьте готовы к новой возможной точке зрения. Когда-нибудь я напишу об этом целую книгу, но пока что давайте просто подумаем о том, чтобы освободиться от того, что я называю «мышлением среднего класса». Думаю, что у меня получится доказать, что средний класс — это именно та категория, члены которой наносят себе больше всего вреда своим мышлением и своими действиями. Именно они больше всех подвергают себя нестабильности, неуверенности и страданиям. Хотя многие и стремятся войти именно в средний класс, тем не менее это как раз та группа людей, представители которой, похоже, в ловушке, в опасности и в сетях манипуляции более, чем кто-либо. Вас заставили поверить, что средний класс — это хороший статус. А так ли это? Знаете ли вы, что именно делает человека членом среднего класса и что это означает? Перед тем как решать, куда вы направляетесь или к какой группе вы хотите принадлежать, будет благоразумно взглянуть на статистики этой группы.

Средний класс и его доход

Данные из Википедии, а также перепись и опрос населения 2008 года в США говорят о том, что доход среднего класса — где-то между 35 и 50 тысячами в год. Если почитать некоторые исследования, то там пишут, что эта сумма — от 20 до 65 тысяч в год. Совершенно очевидно, что на такую сумму будет весьма сложно прожить, а уж тем более чувствовать себя в финансовой безопасности в таком, например, городе, как Нью-Йорк или Лос-Анджелес. Большинство людей не назвали бы такой стиль жизни и такую ситуацию желательными.

Далее, средний класс можно разделить на верхушку и нижний слой. Верх среднего класса — это обычно люди, у которых значительные акти-

вы и которые зарабатывают более 1 миллиона долларов в год на семью, хотя нет ничего конкретного, что обосновывало бы именно миллионный стандарт. Наверное, это просто приятная цифра. Большинство людей считают, что миллион — это большие деньги, но это до тех пор, пока он у них не появится. Тогда они понимают, что он им даёт не так-то уж и много, потому что решения и мышления человека зачастую меняются, когда он попадает в новую категорию дохода.

Люди в так называемой верхушке среднего класса занимают заметно более высокие должности в компаниях, и считается, что у них более высокая финансовая стабильность, чем у их коллег и товарищей. Очень может быть, что именно так оно и есть — до тех пор, пока не произойдет какая-нибудь финансовая катастрофа. И тогда мы скорее всего увидим, что даже и эта категория не защищена. Да, стоит признать, что в хорошие времена, в период экономического роста в стране у верхушки среднего класса должен быть существенный прирост дохода. У них больше свободных денег, чем у многих их коллег из нижнего слоя среднего класса, а именно у тех людей, у которых есть лишь необходимое основное образование и чей годовой доход составляет от 30 до 60 тысяч долларов в год. Большая часть всего населения нашей страны как раз и принадлежит к низшему слою среднего класса. Очень часто эта категория людей пытается добраться до верхнего уровня среднего класса. Но когда наступают тяжёлые времена в экономике, падают все.

Недавно один мой клиент написал мне текстовое сообщение по телефону, в котором задал мне вопрос — это было 26-го числа: «Грант, мне нужно получить 10 000 чистых денег, чтобы не пришлось закрыть фирму в этом месяце. Как это можно сделать?» Я получил его сообщение в воскресенье, как раз когда по телевизору показывали матч американского футбола, и я его спросил: «А ты смотришь сейчас матч?» Он отвечает: «Да». Тогда я ему сказал: «Почему ты отдыхаешь в воскресенье и смотришь футбол?! Тебе надо раздавать листовки и каждый час, каждую секунду стараться привлечь доход, чтобы его было больше, чем тебе надо. Да, кстати, тебе надо 100 000 чистой прибыли, а не 10 000». Он отвечает: «Воскресенье дано нам для отдыха». М-да. Тогда я рассердился не на шутку: «Это для тех, кто работал остальные шесть дней! Бог создал выходной не для тех, кому не хватает денег и кто его не заслужил. Так что отключай ящик, вставай с дивана и иди зарабатывай деньги, которые тебе необходимы! Хватит уже быть рабом среднего класса, иди создавай себе доход, чтобы обеспечить себе богатство и финансовую свободу — себе, своей семье и своей компании!» Мне кажется, что он меня хорошо понял.

Мой клиент оказался в опасности потому, что он основывал свои действия на том, что ему «необходимо», и просто держался на плаву. К сожалению, такое мышление среднего класса не приводит к финансовой безопасности. Кредиты иссохли, и он больше не мог на них полагаться, как на резервы, — теперь ему оставалось положиться лишь на свои действия. Именно в этом и есть трудность многих представителей среднего класса: они стремятся к *необходимому* вместо того, чтобы нацеливаться на что-то очень крупное. Большинство людей считает, что приятная и спокойная жизнь в стиле среднего класса — это одежда, дом, несколько машин, время на отпуск, может быть, работа в роли высшего руководителя и какие-то деньги в банке.

Но у словосочетания «средний класс» было много разных значений — в зависимости от того, о какой исторической эпохе мы с вами говорим. Многие значения вызывали (и до сих пор вызывают) противоречия. Это могло означать, например, класс людей между крестьянами и дворянами, в то время как другие определения говорят о том, что у среднего класса было достаточно денег, чтобы сравниться с дворянами. Очевидно, что сегодня мы уже далеко отошли от этого последнего значения. Например, в Индии средним классом считаются люди, у которых есть собственное жильё; в США вы уже в среднем классе, если занимаетесь физическим трудом, но в Европе вы при этом попадаете в рабочий класс.

Я хочу здесь упомянуть одно важное различие — когда лично я говорю о «среднем классе», то я имею ввиду скорее стиль мышления, чем уровень дохода. Даже если человек зарабатывает один миллион в год, он всё равно может принять точку зрения и действия среднего класса. Само мышление и создаёт ловушку, в которую вы попадёте и из-за которой потерпите неудачу. Цель жить жизнью среднего класса чаще всего не приведёт вас к тому, чего вы на самом деле хотите. Он именно «средний» — обычный, посредственный; как мы с вами уже решили, это очень непривлекательные слова, а «средний» — их синоним.

Но что же значит сегодня для большинства быть частью среднего класса? В феврале 2009 года влиятельный и авторитетный еженедельник «Экономист» объявил, что более половины населения мира теперь принадлежит к среднему классу из-за быстрого экономического роста и улучшений в развивающихся странах. В этой статье писали, что у среднего класса немалое количество свободного дохода и что ему не приходится жить впроголодь, как бедным. В ней также говорилось, что средний класс определялся как та категория, которая начинается от уровня, на котором у людей остаётся треть их дохода на различные

траты по собственному желанию после того, как они оплатили основные расходы — еду и крышу над головой.

Однако почти ни у кого из среднего класса сегодня нет третьей части дохода, чтобы тратить его на своё усмотрение. Сегодня эта группа попала в неприятную ситуацию, которую можно назвать «средний класс в тисках», что означает, что рост зарплат среди людей со средним доходом не поспевает за инфляцией. Но в то же время это явление не вредит тем, у кого высочайший доход. А ещё не стоит забывать о том, что представители среднего класса в большой степени определяют своё так называемое «состояние» при помощи кредитов и долгов. Также это состояние подсчитывается с учётом уже выплаченной части ипотеки. Но такие подсчёты скорее лишь чернила да подписи, а не реальные деньги.

Представители среднего класса часто сталкиваются с тем, что их зависимость от кредитов (которая лишь усугубляется крахом рынка недвижимости) не даёт им возможности вести стиль жизни среднего класса. Получается, что им угрожает падение вниз по классовой лестнице, что, конечно же, мешает их мечтам подняться по ней же. Я уже говорил о так называемой силе притяжения, сопротивлении и других неожиданных обстоятельствах. И по мере того, как пропадают и теряются рабочие места, доход среднего класса падает. В первый раз в нашей истории мы наблюдаем, как мужчины теряют больше рабочих мест, нежели женщины, потому что мужчин с высоким окладом увольняют и отдают предпочтение их менее «дорогостоящим» коллегам-женщинам. В то же время цены на всё необходимое — электричество, отопление, образование, жильё и страхование — продолжают расти, хотя зарплаты и падают. Такие «тиски» всегда влияют на самые большие категории населения какого-то региона. Богатые люди не зависят от постоянного дохода и от долгов и кредитов, а бедные получают пособие, на которое средний класс не имеет права.

Для большинства людей понятие «средний класс» означает, что у них есть стабильная работа с достаточно хорошим окладом, постоянное медицинское страхование, достаточно приятный и удобный дом в хорошем районе, хорошее образование (не знаю, правда, что это вообще значит) для детей, время на отпуск (это очень ценится) и сбережения в пенсионном фонде, которые постоянно растут и позволяют им спокойно уйти на пенсию. Всё это очень долго принималось за данность, но теперь из-за того, что рынок недвижимости рухнул изнутри и из-за того, что полетело кредитование, царят неразбериха и хаос. Нынешний средний класс в тисках, и люди надеются на то, что в лучшем случае удержат или вернут себе былые достижения. Средний доход среднего класса неуклонно падает. Работа этих людей в опасности, а их сбереже-

ния и вложения — под угрозой. Отпуск, который так ценился в прошлом, скорее всего превратится в прогулку в ближайший скверик.

Для чего я вам всё это рассказываю? Спросите представителей среднего класса, чувствуют ли они себя в уверенности и безопасности. Хотя они, возможно, и скажут вам, что благодарны за то, что не «бедны», они, вероятнее всего, также пожалуются, что у них такое ощущение, будто они принадлежат скорее к рабочему, нежели к среднему классу. Подумайте также о том, что доллар сегодня упал по сравнению со вчерашним днём, а завтра ещё упадёт. В США человек, который зарабатывает 60 000 долларов в год, платит 15 000 налогов. Если ему повезёт, у него остаётся 45 000 (которые на самом деле теперь стоят всего 32 000) на дом, школу для детей, страхование, еду, оплату машины, бензин, на непредвиденные посещения врачей, на отпуск и на сбережения. Скажите, насколько привлекательно всё это? Несметное число американцев убедили, что стоит стремиться попасть в средний класс, что это достойная цель. Но по правде говоря, эта цель слегка недотягивает до «хорошего» уровня, а скорее всего, её можно точнее описать как мышеловку с большим сочным куском сыра.

Я утверждаю, что средний класс — это самый подавленный, ограниченный и стеснённый социоэкономический слой населения в мире. Тем, кто хочет принадлежать к среднему классу, приходится думать и действовать так, будто «едва достаточный» уровень выживания и есть их награда. И система образования, и СМИ, и политики пропагандируют идею о том, что иметь человеку нужно лишь столько, чтобы жить «в достатке» или чтобы быть «удовлетворённым». Всё это делается для того, чтобы убедить население удовлетвориться и успокоиться вместо того, чтобы стремиться к изобилию и настоящему благополучию. Но нужно лишь слегка проснуться, чтобы понять, что это пустая надежда. Сегодня самые богатые 5 процентов людей держат в своих руках 80 триллионов долларов — большего количества денег никогда не создавалось и не существовало в истории человечества. Если бы вы знали, что у вас не меньше энергии и не меньше изобретательности, чем у них, что вы можете подняться на новый уровень, разве вы не постарались бы?

ВОПРОСЫ

1. Какое у вас было представление о среднем классе до того, как вы прочли эту главу?
2. Каковы уровни дохода среднего класса?
3. Как вы теперь понимаете «средний класс»?

Глава 12

Быть одержимым — дар, а не болезнь

«Одержимый» определяется в словаре как «охваченный каким-то чувством, мыслью, переживанием» или «тот, чьи мысли или чувства поглощены какой-то постоянной идеей, образом или желанием». Хотя весь мир и считает это болезнью, я думаю, что это прилагательное превосходно описывает то, как надо подходить к успеху. Чтобы господствовать в своей сфере, быть хозяином своей цели, мечты и стремления, сперва необходимо овладеть всеми своими интересами, мыслями и соображениями. В данном случае быть одержимым не плохо; наоборот, это требуется, чтобы добраться до своей цели. По правде говоря, нужно быть таким безумцем и маньяком в достижении успеха, что мир будет знать, что вы не идёте на уступки и что вы никуда не денетесь. Никто не будет принимать вас всерьёз, пока вы не станете полностью одержимым своей миссией. Вы не получите нужного вам внимания и необходимой поддержки, пока мир не увидит, что вы никуда не уйдёте, что вы на все сто посвятили себя своей миссии, что у вас непоколебимая убеждённость и что вы будете настойчиво двигаться к цели. Здесь можно сравнить одержимость с костром: надо разжечь его, чтобы он разгорелся так высоко и так широко, чтобы люди почувствовали, что выбора нет: их тянет сесть у костра и восхищаться им. Успех как костёр: нужно подкидывать дрова, чтобы были жар и пламя. Нужно одержимо подходить к тому, чтобы не давать костру угаснуть — или он превратится в золу.

Чтобы создать реальность в стиле «в 10 раз больше», нужно действовать и затем добиваться, чтобы довести каждое действие до успешного завершения. Нужно постоянно сохранять очень высокий уровень мотивации, чтобы предпринимать десятикратные действия каждый день. Да, люди всё время действуют, но вы уже знаете, что большинство из этих действий — это не то, что их к чему-то приведёт. Большинство людей не делают ничего или уже сдались, а есть те, кто отступает и пытается спрятаться от неудач и неприятных событий. Огромная часть населения просто-напросто действует на обычном уровне, чтобы как-то

рий у людей не хватает одержимости, чтобы довести свои действия до успешного конца. *Большинство людей прилагает так мало усилий, что им кажется это работой, в то время как успешные одержимы тем, чтобы довести каждое действие до победного конца и получить награду.*

Если вы станете по-настоящему одержимым своей идеей или целью, то будете настолько же помешаны на том, чтобы сделать так, чтобы она сработала. Всем, кто поставит перед собой миссию создать долгосрочное надёжное выживание — с положительными результатами и в стиле «в 10 раз больше», — придётся относиться к каждой секунде, к каждому решению и действию и к каждому дню с такой же «манией». Ведь подумайте, если ваши идеи не заполняют собой все ваши мысли, то как можно ожидать, что они будут заполнять собой мысли других? *Нечто всегда должно заполнять собой ваши мысли каждую секунду каждого дня — так что же это должно быть? Будьте чем-то одержимы. Пусть ваши мечты, ваши цели и ваша миссия будут тем, на что нацелены ваш разум и ваши действия!*

Под словом «одержимый» обычно подразумевается что-то плохое, потому что многие считают, что одержимость обычно чем-то наносит вред или разрушение. Но покажите мне хоть одного человека, который добился чего-то великого и при этом не был чем-то и в какой-то мере одержим. Это просто невозможно. Любой человек, любая группа, которые достигли чего-то существенного, были просто одержимы своей идеей. Неважно, что это за человек — художник, музыкант, изобретатель, предприниматель, консультант по изменениям в организации или филантроп, — величие и достижения этого человека было результатом его мании.

Как-то раз меня спросили, всегда ли я был так одержим работой и успехом, как сейчас. Я ответил: «Да нет, конечно!» Сперва да — примерно до 10 лет. Затем я отказался от этой идеи и проникся ей снова, когда мне было 25 лет. С тех пор в большей или меньшей степени я таким и остался, и я сожалею о тех годах, когда я не был одержим своими мечтами и целями. Могу сказать вам, что моя жизнь пошла гораздо лучше, когда я загорелся моими целями и мечтами, — даже когда что-то шло не так, как надо.

Недавно я смотрел телевизионное интервью с президентом Израиля Шимоном Пересом. Господину Пересу было в тот момент уже 87 лет, и за предшествовавшие 18 месяцев он дал 900 интервью. Его одержимость своей миссией придает ему молодой и энергичный вид, несмотря на его годы. Даже те, кто не верит в его миссию, не могут не восхищаться его приверженностью к ней, которая подтверждается его заявлением, что

«работа лучше отпуска, и важно, чтобы была цель, ради которой стоит просыпаться каждый день». Бесчисленное количество воистину успешных людей согласятся с тем, что они не относятся к своей карьере как к работе, что у них нет чувства работы, — скорее, это просто что-то, что они обожают делать. Это и есть «высший пилотаж» одержимости.

Дети — прекрасный пример того, что чувство одержимости есть уже отроду. Они почти сразу же полностью увлекаются начатым занятием: чему-то учиться, чему-то или кому-то подражать, открыть для себя нечто новое, во что-то поиграть — и при этом пускают всю свою энергию на то, что их захватывает. Каждый ребёнок — если только он в чём-то не отстаёт в развитии — с головой погружается в своё занятие и полностью одержим тем, чего он хочет: соской, игрушкой, едой, папиным вниманием или тем, чтобы ему срочно поменяли пелёнки или подгузники. Из этого видно, что быть одержимым — это естественное состояние для человека, и оно не становится «проблемой», пока родитель, опекун, учитель, а в конце концов и всё общество не начинают *подавлять* эту одержимость. Зачастую они дают ребёнку понять, что есть что-то плохое в его приверженности цели, хотя на самом деле это нечто весьма естественное и весьма хорошее! Именно тогда многие дети делают вывод, что неверно, неестественно сильно интересоваться жизнью и изучением чего-то нового, а именно — следовать своему инстинкту быть чему-то приверженным и погружаться во что-то полностью. По сути, те, кто сами уже давно отказались от своих целей и своей одержимости, обижают и притесняют детей с целью заставить их вести себя по-другому. И вот тогда-то люди и опускаются с более высокого уровня приверженности до «среднего» и посредственного уровня.

Дабы вы не подумали, что я пишу о чём-то не из личного опыта, скажу вам, что у нас только что родился первый ребёнок — девочка. Признаюсь, что, хотя её природная одержимость проявляет себя тогда, когда мне это некстати, я *ни за что* не хочу подавлять в ней это качество. Я ей от всей души желаю ей стать одержимой своими мечтами — какими бы они ни были — и никогда не сдаваться на пути к их достижению, и затем всю свою жизнь достигать ещё большего! Я обожаю то чувство, когда ты одержим некоей идеей, и восхищаюсь подобной умалишённой и фанатичностью в других.

Кого не вдохновляют такие люди и группы, которые всем сердцем и всеми силами стремятся к тому, во что верят; которые настолько поглощены своими идеями, что они просыпаются, думая о своих мечтах; которые работают над ними целый день и засыпают со своей мечтой перед глазами? Как только остальные видят намерение, убеждённость и приверженность — в мыслях, глазах и движениях — такого увлечён-

ного целью человека, они быстро уступают дорогу. Я советую вам стать одержимым тем, к чему вы стремитесь, иначе вы будете всю свою жизнь, как одержимый, выдумывать оправдания, почему у вас не получилось жить той жизнью, которую вы хотели.

Очень жаль, что людей с такой ненасытностью и яростной целеустремлённостью обзывают несбалансированными, трудоголиками, одержимыми и ещё целым перечнем скучных ярлыков. А что если бы мир смотрел на непоколебимую страсть такого человека, на его неуклонную одержимость, на горящее пламенем желание достичь своих целей как на дар, а не как на недостатки или болезни? Разве все мы не добились бы тогда большего? Почему нужно превращать страсть к мастерству и одержимость успехом во что-то отрицательное?

Но вот что интересно: когда эти одержимые люди добиваются успеха, то их уже называют не сумасшедшими, а наоборот: гениями, исключениями из правил и необыкновенными людьми. А что если бы мир восхищался этим, ожидал и даже требовал того, чтобы все мы каждый день действовали с такой одержимой целеустремлённостью? Что если бы мы наказывали людей, которые действуют без приверженности делу, и награждали тех, кто доводит начинания до конца? Наше общество просто не знало бы, что делать со всевозможными изобретениями, решениями, новыми товарами и повышением эффективности. А если бы одержимость поощрялась, а не осуждалась в мире? А что было бы, если бы единственное, что стояло на пути к вашему мастерству, величию, успеху, была бы ваша способность или неспособность добиваться каждого результата одержимо, настойчиво и так, будто бы от этого зависела ваша жизнь? Что ж — она от этого и зависит!

Добрались ли бы мы до космоса, если бы не было команды людей, которые одержимо над этим работали? Может ли страна быть великой, если её лидеры не одержимы идеей величия? Стал бы любой настоящий вождь ослаблять, разбавлять и ограничивать свои цели и поощрять свою команду принять точку зрения: «Будь что будет. Не так уж и важно»? Нет, конечно! Хотите ли вы, чтобы ваша команда была как роботы, чтобы она была одурманенной и обессиленной? Или же вы предпочтёте, чтобы игроки в ней были одержимы положительным результатом и победой? Никогда не снижайте и не преуменьшайте, не отказывайтесь ни от чего, не «разбавляйте» идею величия, достижений и мастерства, никогда не снижайте количество своих «лошадиных сил» и никогда не ограничивайте свои стремления, решительность и страсть. Требуйте от себя и ото всех в вашем окружении быть одержимыми. Никогда не выставляйте одержимость как нечто плохое или неверное; наоборот — пусть она станет вашей целью. Одержимость — это именно то качество,

которое нужно, чтобы ставить цели в стиле «в 10 раз больше» и далее действовать на уровне «в 10 раз больше».

Помните, что если вы поставите перед собой слишком низкую цель, то это не позволит вам найти нужную энергию, нужное «топливо»; не позволит совершить нужное количество действий; не позволит прорваться через сопротивление, конкуренцию и перипетии. Никогда не произойдёт ничего замечательного, если кто-то не станет одержим идеей, если останется таким же и если затем не будет подходить к каждой задаче, каждому барьеру или приключению, к каждой секунде с чувством долга, чувством необходимости и жизненноважности. Способность быть одержимым — это дар, а не болезнь!

ВОПРОСЫ

1. Напишите имена трёх одержимых людей, которые добились чего-то выдающегося и великого.
2. Назовите что-то стоящее, в чём вам снова стоит стать одержимым.
3. Почему лучше быть одержимым, чем не быть?
4. Какая цель вдохновила бы вас стать одержимым?

Глава 13

Играйте ва-банк и обещайте «с десять коробов»

Что ж, надеюсь, что я воскресил вашу веру в одержимость, а теперь давайте поговорим о том, что же нужно делать, чтобы идти ва-банк^{*} при каждом действии и полностью посвящать себя каждой возможности.

Большинству людей понятие «ва-банк» известно как карточный термин. Например, в покере, если игрок играет ва-банк и ставит все жетоны на кон, то он рискует всем и либо вылетает из игры, либо выигрывает в два раза больше, чем имел раньше. Я сейчас пишу не о деньгах и не о жетонах, а о гораздо более важной ставке — о ваших усилиях и идеях, вашей изобретательности и творческих способностях, энергии и настойчивости. Масштабные действия отличаются от игры в покер тем, что в жизни «жетоны действия» никогда не кончаются и вы никогда не истощите свою энергию и усилия, если посвятите себя чему-то целиком. Ваши самые ценные «жетоны» — это ваш подход к делу, ваши действия, настойчивость, ваши творческие способности и изобретательность. Можно выкладываться сколько угодно раз, когда речь идёт об энергии и усилиях, потому что даже если вы проиграете, то можете снова и снова ставить всё на кон!

Большая часть общества не одобряет такую точку зрения — «ставить всё на кон», потому что нас учат быть осторожными и не рисковать всем. Нам советуют беречь себя, ограждать себя от поражений вместо того, чтобы стремиться выиграть самый важный кубок. Гиганты этой планеты готовы на решительные ходы в игре. Такая точка зрения общества основана на ещё одной выдумке: что ваша энергия, изобретательность и творческие способности, ваши усилия — это нечто материальное в ограниченном количестве, ибо это невозможно возместить. Да,

* Ва-банк: в карточных играх — когда игрок ставит все деньги, которые у него есть в распоряжении. («Игрок пошёл ва-банк, и ему повезло».) В переносном смысле — действовать решительно и отчаянно. («Всё, завтра 8 марта — иду ва-банк и делаю ей предложение»). От французского *va banque* «идти на банк», потому что тот, кто выигрывает в таком случае, забирает весь банк (всю сумму).

в жизни есть кое-что, что ограничено, но у вас самих нет границ, если только вы их сами себе не начертите.

Совершенно необходимо изменить свои умозаключения насчёт действий и понять, что нет никаких ограничений по поводу того, сколько раз можно снова предпринимать действия. Можно проигрывать или выигрывать сколько угодно раз, а затем повторять всё снова и снова. А также невозможно забить гениальный гол, если не замахнуться и не ударить по мячу, не метить по воротам; невозможно достичь огромного успеха, если не дисциплинировать себя «ставить всё на кон» и если не действовать.

Все мы слышали басню про черепаху и зайца. Подразумевается, конечно же, что мораль басни такова, что черепаха выигрывает, потому что ступает себе потихоньку, а заяц бросается бегом вперёд, устаёт и проигрывает, и из этого нам, разумеется, следует сделать вывод, что нужно «быть черепахами» — медленно и верно идти к своим целям. Если бы в басне был третий конкурент, скорый, как заяц, и настойчивый, как черепаха, то он бы «сделал» обоих и не было бы вообще ни соревнования, ни конкуренции. Тогда бы басня называлась «Я вас сделал». Совет такой: нужно подходить к целям, как черепаха и как заяц вместе взятые, — с самого начала атаковать их неистово и в то же время придерживаться цели на протяжении всего «забега».

Запомните: нет ограничения, сколько раз можно подняться на ноги и продолжить! Не может быть неудачи, если только вы сами не сдадитесь! Невозможно «израсходовать» всю свою энергию, творческие способности и изобретательность. Ваши идеи не могут закончиться. У вас никогда не пропадёт способность творить новые мечты, создавать новую энергию, думать творчески и изобретательно, иначе смотреть на ситуацию или какое-то событие, снова кому-то звонить, менять тактику и действовать настойчиво. Всегда будет ещё одна комбинация карт в руке, новый день и новый шанс. Если ваш банкроёт продолжает пополнять ваши жетоны — ваши ресурсы энергии, изобретательности, творчества и настойчивости, то *почему бы* и не ставить всё на кон каждый раз?

Предприниматели, а особенно продавцы, больше всего проигрывают, когда не рискуют всем, — я писал об этом в своей первой книге «Продавай и выживай». Многие профессиональные продавцы хвалят себя намного больше заслуженного просто за попытку закрыть сделку; также им гораздо чаще кажется, будто они стараются закрыть сделку, чем это происходит на самом деле. На самом же деле большинство из них даже ни разу не просят клиента купить, *не говоря уже о пяти попытках, которые — как считается — нужны для продажи.*

Недавно мою компанию наняли, чтобы провести кампанию «тайный покупатель» для одной международной фирмы, чтобы понять, где и в чём проваливаются продажи. Наша задача была собрать данные, чтобы разобраться, в чём этим франшизам больше всего нужна помощь. Мы посетили более пятисот магазинов, чтобы узнать, какой процент продавцов способен хотя бы на то, чтобы подвести клиента к тому, чтобы предложить сделать покупку. К недоумению компании, в 63 процентах магазинов, которые мы посетили, клиентам даже не рассказывали о торговом предложении — не говоря уж о том, что не предлагали нашему тайному покупателю приобрести товар! Компания была на пороге того, чтобы потратить миллионы на то, чтобы рассказать продавцам о товарах компании, когда на самом деле трудность была не в этом. Эти франшизы и их продавцы боялись неудач и отказов и даже не пускали свои карты в ход, а уж тем более не ставили всё на кон.

Если к вам приходит клиент и у вас есть возможность поговорить с ним лицом к лицу и рассказать о своём товаре, но если вы при этом так и не сделаете ему предложение купить, то я вас уверяю, что в 100 процентах случаев вы не продадите. Общество добилось своего и научило большинство из нас быть осторожными вместо того, чтобы ставить всё на кон с каждым клиентом и при каждой возможности. Мир бизнеса поддерживает и продолжает эту привычку — быть осторожным — посредством таких идей, как процент закрытия сделок, который будто бы говорит об успехе продавца. Скажу вам, как я себя веду: я готов рисковать в каждом случае и с каждым клиентом и при этом иметь самый низкий процент закрытия сделок, но самую высокую продуктивность! Всё на кон. Мне всё равно, сколько раз я вылечу из игры, — я просто возьму новые жетоны и буду играть снова!

Смотрите: что самое худшее, что может случиться, если вы полностью решитесь и сделаете искреннюю попытку? Вы можете потерять клиента, ну и что? У вас всё равно есть неограниченное количество ресурсов, чтобы выложиться полностью в работе со следующим клиентом. Тут невозможно ничего проиграть, а выиграть можно всё, что угодно. Просто надо по-новому подумать о своём подходе к делу.

Это подводит меня вот к какой теме: обещать «с десять коробов» — это ещё одна недопонятая идея в сегодняшнем мире бизнеса, идея, которую порицают. Если обещать с три короба — это обещать много, то обещать «с десять коробов» — очень много и превышает всех ожиданий. Как часто вам говорили: «Обещай меньше — делай больше»? Никогда я не слышал ничего более извращённого и нелепого. Допустим, вы ставите спектакль на Бродвее и рекламируете его публике. Стоит ли рассказывать, что у вас посредственные артисты с не бог весть какими

голосами, а потом на премьере выступить лучше, чем обещано? Конечно же, нет. Такая поговорка подразумевает, что «переобещать» (или хотя бы обещать нечто полноценное) почему-то чревато опасностью. Считается, что если вам потом не удастся предоставить то, что вы обещали, то другой человек расстроится. А почему бы не пообещать больше, а затем предоставить ещё больше обещанного? Расскажите всем о ваших удивительных артистах в спектакле на Бродвее, побудите зрителей прийти на представление. Пообещайте больше ожидаемого, а также предоставьте ещё больше, чем вы обещали!

По моим наблюдениям, чем больше я обещаю и чем больше посвящаю себя клиенту, тем больше я ему предоставлю — это происходит само по себе. Я будто бы обещаю и ему, и себе самому, что выйду на новый уровень в своей помощи этому человеку. Чем больше энергии я направляю на разные области рынка, на своих клиентов или на семью, тем более решительно я действую, чтобы получить именно тот результат, который я обещал. Опять же, мы говорим о том, чтобы действовать десятикратно, а не «однократно». Кто-то запросто может утверждать, что выкладывается на «110 процентов», но при этом не решится и не посвятит себя делу полностью — либо потому, что ведёт себя осторожно, либо потому, что боится, что не сможет выполнить задачу на нужном уровне.

Частая проблема, с которой сталкивается почти что каждый бизнес, — это склонность продавцов увеличивать количество встреч с клиентами, чтобы провести презентацию товара или рассказать о какой-то идее. Продавцы, которые просят людей о встрече, не готовы посвятить себя полностью (и даже более) тому, кто должен выделить на встречу с ними своё ценное время. Когда вы утверждаете нечто из рода вон выходящее, посвящаете себя более, чем ожидалось, и обещаете людям нечто высокое и запредельное, то тем самым тотчас же поднимаетесь над толпой, а это означает, что вам *придётся* предоставить обещанное на уровне «в 10 раз больше». Есть только один способ увеличить количество встреч — увеличить количество людей, с кем вы общаетесь, и затем придать ещё больше важности причинам, по которым им стоит найти для вас время.

Тот же принцип касается каждого шага в процессе продаж, о чём бы мы ни вели речь: о повторных контактах, рекламных листовках, письмах по обычной или электронной почте, социальных сетях, звонках, личных визитах, мероприятиях, встречах и любых других действиях. Посвятите делу больше энергии, ресурсов, изобретательности и настойчивости, чем требуется и ожидается. Знайте, что в каждой деятельности, в каждом вашем действии и каждый день, когда вы занимаетесь бизнесом, вы будете ставить на кон всё.

Возможно, как и многие другие, вы будете беспокоиться о том, что у вас не получится выполнить обещания. Конечно, это самая настоящая проблема, но мы же с вами уже обсуждали, что вам *нужны* новые проблемы. Это признак того, что вы двигаетесь вперед и идёте в верном направлении. Научитесь сперва пообещать, посвятить себя делу полностью, а затем придумывайте, как выполнить задачу. Большинство людей не утруждают себя и не выполняют задачу, а вместо этого тратят время на то, чтобы как-то разобраться в чём-то, что с ними может и не случиться. Каждый, кто борется со старыми проблемами всю свою жизнь и не смотрит в лицо новым, стоит на одном месте. Можно выразиться просто: если вы не создаёте себе новые проблемы, то вы недостаточно действуете.

Нужно сталкиваться с новыми сложностями и затруднениями, которые подтолкнут вас к тому, чтобы находить и придумывать решения. Разве не было бы приятно, если бы вам надо было встретиться в 14:00 со *слишком* большим количеством клиентов или если бы на улице у вашего ресторана стояла очередь, потому что так много людей хочет сесть за столик? Одно из самых важных различий между успешными и неуспешными людьми заключается в том, что успешные люди *специально ищут* проблемы с целью их решить, в то время как неуспешные люди делают всё возможное, чтобы *избегать* проблем. Так что не забывайте: обещайте «с десять коробов» (больше того, что требуется и ожидается), ставьте всё на кон, действуйте масштабно, а затем снова предпринимайте масштабные действия. Вы создадите себе новые проблемы и будете выполнять задачи и обещания на таком уровне, который удивит даже вас самих.

ВОПРОСЫ

1. Что значит «поставить всё на кон»?
2. Почему большинство людей в обществе осуждает такой подход?
3. Почему продавцы терпят неудачи?
4. Вставьте подходящие слова: Если вы обещаете _____ и предоставляете _____, то вы заставите себя расширяться, потому что _____.
5. Почему нам нужны новые проблемы?

Глава 14

Расширяйтесь — всегда, не сокращайтесь — никогда

В то время, когда я пишу эту книгу, в нашей стране всё ещё очень серьёзные экономические трудности. Количество безработных и финансовая нестабильность поднимаются на такую высоту, которой не было со времён Великой депрессии. Во время такого значительного спада в экономике и сокращения деятельности весь мир приходит к убеждению, что надо сокращаться, копить, быть осторожным и осмотрительным. Хотя такая точка зрения и нацелена на самосохранение и защиту своих активов, именно такое мышление и обеспечит тот расклад, при котором вы ни за что не получите то, чего хотите. Несмотря на то, что большинство людей в мире перешло на стадию сокращения, небольшой процент людей и компаний расширяется и тем самым добивается преимуществ в данной ситуации. Такие люди понимают, что подобные времена экономии и сокращения — это неповторимая возможность отбить территорию у тех, кто встал на защитную позицию и сокращает затраты.

Поскольку сокращение — это разновидность отступления, оно нарушает идею правила «в 10 раз больше», которое требует от вас, чтобы вы продолжали действовать и создавать в масштабном количестве вне зависимости от ситуации и от обстоятельств. Я согласен, что расширяться, когда остальные принимают защитные меры, может быть очень непросто и может противоречить интуиции. Тем не менее именно это и есть подход, который нужен для того, чтобы воспользоваться возможностями. Помните: что бы ни происходило в мире в какой-то конкретный миг, большинство людей не действует масштабно. Конечно же, случаются ситуации, когда нужно защищаться, отступать и экономить, но это нужно делать всего лишь недолго — чтобы подготовиться, укрепить свои силы и снова атаковать. «Сокращаться» ни в коем случае не может быть постоянной стратегией в бизнесе. Хотя часто мы слышим новости о том, что компании потерпели неудачу, потому — как кажется — что они слишком быстро расширились, в большинстве случаев не всё так просто. Большая часть этих компаний терпит неудачу не потому, что они

продолжают наступать, а потому, что они недостаточно подготовились к расширению и не смогли господствовать в своей сфере.

Идея постоянного и непоколебимого расширения противоречит интуиции, она даже непопулярна; тем не менее именно этот принцип поможет вам оторваться от конкурентов в большей степени, чем что-либо иное. Не нужно сводить этот принцип — расширяться, когда остальные сокращаются — к чему-то чрезмерно упрощённому. Для этой привычки нужна дисциплина, и ей очень непросто следовать в реальном мире. Но как только вы войдёте в колею и как только такой образ действий и такие реакции станут для вас привычными и неотъемлемыми, ваша способность постоянно и неуклонно нападать (в любой области) приведёт к движению вперёд. Все несогласия с этой точкой зрения — от того, что большинство людей нападают, только пока не столкнутся с сопротивлением, а затем отступают. Это примерно то же самое, что вызвать школьного забияку на драку и убежать — это всегда заканчивается неудачей. Если так подходить к непростым ситуациям, то ни рынок, ни ваши клиенты, ни конкуренты не поверят, что вы приняли бесповоротное решение и будете неустанно наступать. Вы придёте к выводу, что тактика не сработала, но она не сработает только потому, что вы её придерживались недостаточно долго для того, чтобы рынок, ваши клиенты и конкуренты наконец-то поддались вашему натиску. Многократные атаки на протяжении длительного времени *всегда* увенчиваются успехом.

Тактику расширения нужно применять вне зависимости от того, приветствуют ли это люди вокруг вас и способствует ли этому экономика. Я говорю об этом потому, что мы живём в обществе, которое в большинстве случаев поощряет сокращение, а если оно и поддерживает расширение, то обычно слишком поздно в цепочке действий — отсюда и недавний обвал рынка. Новости о сокращении должны служить вам побуждением действовать как раз наоборот. Никогда нельзя просто вслепую следовать за толпой. Она почти всегда идёт не туда. Ведите толпу вместо того, чтобы бежать за ней! Правильный способ выбраться из ситуации — это расширяться, напористо идти вперёд и действовать — что бы ни делали, что бы ни говорили остальные.

Я наблюдал, как другие в моей отрасли увольняли персонал и урезали деньги на рекламу во время недавнего экономического спада; для меня же это было зелёным светом на светофоре, сигналом, что нужно укрепить и увеличить мою команду. Я никого не увольнял и не уменьшал денег на рекламу — я увеличил и то, и другое. Хотя я и видел, как наш доход падает в унисон со всем миром, я предпочел снизить себе зарплату. Я перенаправил эти деньги на продвижение бизнеса, и это помогло мне увеличить своё влияние на рынке и отобрать рыночную долю у тех ком-

паний, которые отступали. На самом деле те деньги, которые я тогда за 18 месяцев потратил на рекламу, продвижение и маркетинг, превысили то, что я потратил на всё за предыдущие 18 лет! Я понимаю, насколько такие действия противоречат интуиции. Скажу честно, что мне было не по себе, и не раз я сомневался в своих действиях. И всё же я знал, что, если я смогу настойчиво двигаться вперёд, я завоюю огромную территорию.

Даже важнее потраченных денег были те требования, которые я предъявлял к своим сотрудникам и к самому себе: я требовал, чтобы мы всё больше и больше использовали наши самые ценные ресурсы — нашу энергию, изобретательность и творчество, нашу настойчивость и общение с клиентами. Когда мы стали это делать, мы тотчас же увеличили продуктивность во всём: в звонках, в электронных письмах и рассылках, объявлениях в социальных сетях, личных визитах, выступлениях, телеконференциях, вебинарах, конференциях по Skype и т. д. На протяжении этих полутора лет я опубликовал три книги, запустил четыре новых программы по обучению продажам, записал более 700 образовательных роликов для вебсайта, дал 600 интервью на радио, написал более 150 статей или заметок для блога и лично позвонил более чем тысяче людей. Пока весь мир отступал, мы расширялись на всех возможных фронтах.

Почти что все в мире считали, что единственное спасение — экономить, и именно так они и делали. Мне всегда было очень любопытно: почему, когда люди начинают экономить деньги, они чуть ли не автоматически начинают экономить и всё остальное? Кажется, будто разум не различает экономию купюр или банковских цифр и экономию энергии, усилий, изобретательности и творчества. Целый мир удерживал себя и не тратил ни деньги, ни усилия, и лишь немногие расширялись. Как вы думаете: кто победил?

Меня спрашивали, почему и как я принял такое решение: расширяться при такой нестабильности. Я отвечал им: «Я лучше умру расширяясь, нежели сокращаясь. Я предпочитаю проиграть в нападении, чем в отступлении». В седьмой главе я описал четыре уровня действий; подумайте вот о чём: на каком из уровней хотите действовать *вы*? Если вы позволите экономике делать за вас выбор, то вы никогда не будете контролировать свою собственную экономику.

Каково же решение? Встаньте с дивана, выйдите из дома и выходите на рынок! Встречайтесь с клиентами, находите возможности и показывайте другим, что вы расширяетесь на рынке. Отступайте лишь на мгновение, если это необходимо, чтобы собрать необходимые для поддержки ресурсы и подготовиться расширяться ещё активнее. Ваши энергия

и усилия, ваш характер, изобретательность и творческие способности ценнее, чем купюры, придуманные людьми и напечатанные на станках. Хотя трата денег и есть самый распространённый путь расширения для компаний, это точно не единственный путь, и он далеко не столь ценен, как то, чтобы постоянно и настойчиво действовать в стиле «в 10 раз больше».

Помните о десятикратных действиях, ребята. Нужно расширяться и метить на то, чтобы господствовать в своей области и привлекать к себе внимание с помощью масштабных действий. Только так вам удастся расширить свой круг знакомств, связей и влияния, связаться с большими клиентами и стать более известным — с целью создать новые проблемы. И вот тогда вы будете продолжать расширяться до тех пор, пока все — в том числе и так называемые конкуренты — не будут знать вас как главного и лучшего игрока, который играет в стиле «в 10 раз больше»; продолжать расширяться, пока люди не начнут ассоциировать ваше имя с той деятельностью, которой вы занимаетесь.

ВОПРОСЫ

1. Назовите несколько способов расширяться, которые требуют от вас только энергии и изобретательности, но не денег.
2. Случалось ли, чтобы вы когда-либо получали пользу от того, чтобы сокращаться?
3. Вспомните, когда вы начали прилагать усилия на более высоком уровне. Какими были результаты?

Глава 15

Пламя до небес

После того, как вы начнёте действия на десятикратном уровне и дело тронется, вам необходимо продолжать подбрасывать дрова в огонь, пока не получится настоящий костёр или лесной пожар, или вообще пламя до небес. Не отдыхайте и не останавливайтесь — никогда. Я усвоил этот урок непростым путём, когда достиг большого успеха, а затем стал поживать на лаврах. Это частая ошибка. Не повторяйте же её! Подбрасывайте поленья одно за другим, пока ваш костёр не станет таким жарким и не будет пылать так ярко, что даже конкуренты и изменения на рынке не смогут его погасить. Костёр нужно постоянно подпитывать, а это означает новые поленья, новые дрова, а для вас — новые действия. Когда вы начнёте так действовать, то это станет для вас чем-то неотъемлемым, привычкой — потому что вы будете побеждать. Продолжать действовать масштабно естественнее и проще всего, когда вы побеждаете, а победы возможны только тогда, когда вы действуете масштабно.

Когда вы начнёте «разжигать свой костёр», вы поймёте те возможности, которые открываются перед вами, и даже станете ими одержимы, и вы увидите, что положительные результаты теперь на новом уровне. Ваши действия будут сами приводить к новым действиям, как маховик, который продолжает вертеться, как только начнёт. Ньютон писал о законе инерции: тело в движении продолжает двигаться. Продолжайте действовать, пока сила и скорость вашего движения не станут такими, что даже вы сами уже не сможете остановить это движение. Может оказаться так, что вы даже станете меньше есть и спать, потому что будете питаться адреналином своих побед. Примерно тогда люди начнут вами восхищаться, а затем советовать вам. Особенно осторожны будьте с теми, кто скажет вам, что вы уже «добились достаточно», или посоветует отдохнуть или уйти в отпуск. Сейчас не время для отдыха и торжества — время для новых действий. Энди Гроув, один из первых сотрудников корпорации Intel, придумал такое выражение: «Выживают только параноики». Хотя я вам и не советую всю свою карьеру быть па-

раноиком, я считаю, что нужно полностью посвящать себя действию, не останавливаясь. Даже когда на своём пути вы уже достигнете успеха, продолжайте действовать, чтобы добиться большего, чем ваши цели. Придёт время, и можно будет отдыхать и торжествовать. А сейчас надо подкидывать дрова в огонь, пока пламя не станет таким жарким и ярким, что никто и ничто не сможет «погасить» ваши успехи.

Всё дело в том, что успех требует вашего постоянного внимания. И обычно успех благословляет тех, кто больше всех посвящает себя достижению успеха и отдаёт ему больше всего своего внимания. Это чем-то напоминает сад или газон: каким бы он ни был зелёным или какими прекрасными ни были цветы в саду, нужно продолжать заботиться о саде или газоне. Нужно косить, подстригать, подравнивать, поливать и сажать, иначе ваша зелёная трава превратится в коричневую, а цветы завянут. Точно так же и успех. Те, кто хочет создать и удержать успех, *не имеет права* отступать. То, что успешные люди могут позволить себе расслабиться и приостановить те самые действия, которые изначально привели их к достижениям и самореализации, — миф.

Никогда не забывайте о четырёх уровнях действий: не делать ничего, отступать, действовать на обычном уровне и действовать масштабно. Правило «в 10 раз больше» говорит о том, что вы будете создавать успех на таком уровне, что будете постоянно держать ситуацию в своих руках. Пустые мечтатели и те, кто «подобрался близко к цели», прекратили подкидывать дров в огонь и отказались от цели. Масштабные действия рассчитаны на то, чтобы обогнать себе равных, своих коллег и прекратить быть белкой в колесе. Наилучший способ пресечь всё беспокойство о конкуренции и нестабильности — это разжечь костёр такой величины и с таким жаром, что все в мире придут греться именно к нему — даже ваши конкуренты. Не стоит забывать о том, что зачастую конкуренция — это результат того, что люди просто-напросто не хотят действовать на более высоком уровне и лишь повторяют действия других. Невозможно подкинуть слишком много дров в свой костёр, также как невозможно выполнить чрезмерное количество действий или стать чрезмерно успешным. Нет таких понятий, как «слишком много работать», «иметь слишком много власти» или «пользоваться слишком большим авторитетом»; невозможно, чтобы о вас говорили, писали или обсуждали слишком часто. Это всего лишь утверждения посредственных людей, которые оправдывают своё решение довольствоваться тем, что у них есть на сегодняшний день.

Разве возможно действовать чрезмерно, если у вас есть неограниченная способность создавать снова и предпринимать новые действия? Посмотрите на крупных игроков на планете. Ни у одного из них не «за-

канчивается» запас энергии, усилий, идей, человеческих или иных ресурсов. Они радуются дарам изобилия, потому что сами создают изобилие в своих компаниях. Так что не стоит сердиться на них — лучше восхищаться ими и подражать им. Если вы это сделаете, то увидите, что чем больше вы решаются на новые действия, тем больше у вас появляется изобретательности и творческих способностей. Ваше воображение как будто бы раскрывается и струится новыми возможностями. Гениальны даже не столько сами изобретательность и творчество, а те масштабные действия, которым они дают толчок.

Недавно у меня была встреча с представителями очень престижной фирмы из Лос-Анджелеса по связям с общественностью, и представители фирмы сказали мне, что я рискую быть «слишком на виду», — мне же такое представление показалось несколько странным. Эта идея — «слишком на виду» — подразумевает, что возможно о ком-то слишком много говорить или кого-то слишком часто показывать. Такое представление основывается на предположении, что данный человек прекратит придумывать новые идеи и производить новые товары. По сути, главная идея здесь такова: тот, кто «слишком на виду», как-то и почему-то потеряет ценность. Но смотрите: «Кока-кола» известна почти каждому на планете Земля. Товары этой компании есть почти что в каждом магазине, баре, самолёте и отеле в мире. Не «слишком» ли она на виду? Может быть, компании стоит прятать свои товары? Или же сдерживать себя из опасения, что «Кока-кола» потеряет свою ценность, потому что слишком многие о ней знают и пьют напитки компании? Мне кажется, что это достаточно нелепое мышление. И это доказано бесчисленным количеством товаров и компаний: Microsoft, Starbucks, McDonald's, Wells Fargo, Google, Fox TV, Marlboro, Walgreens, Exxon, Apple, Toyota. То же самое можно наблюдать на примере некоторых спортсменов и знаменитостей. Обычно нет никакого вреда в том, чтобы быть «слишком на виду», а вот неизвестность точно может повредить вам. Помните вот о чём: если вы не знаете меня (или обо мне), то неважно, насколько хороший или дешёвый у меня товар. Даже если быть «слишком на виду» и было бы проблематично, то я бы предпочёл эту проблему — неизвестности.

Печально, но факт, что большинство людей даже близко не подходят к тому, чтобы разжечь большой костёр. Либо у них неверные данные и неправильное обучение, либо общество запрограммировало их довольствоваться меньшим, либо они боятся, что как-то потеряют контроль над своими действиями. Я вам обещаю, что этого не будет. Надо разжечь такой большой и жаркий костёр, что он не просто вспыхнет до небес, а испепелит всё на своём пути. Действуйте в полную силу, а за-

тем действуйте снова — пока ваш костёр не станет таким жарким, что люди окружают его и станут восхищаться вашей способностью действовать. Не беспокойтесь о сопротивлении, которое вы боитесь встретить со стороны рынка или конкурентов, — и рынок, и конкуренты тотчас же уступят вам дорогу, как только поймут, что вы — сила, с которой нужно считаться.

ВОПРОСЫ

1. Какое пламя вы всегда мечтали разжечь и «раскочегарить»?
2. Назовите три действия, при помощи которых вы можете «подбросить поленья» в этот костёр.
3. У кого вы можете заручиться поддержкой для того, чтобы постоянно разжигать свой костёр?

Глава 16

Страх — прекрасный показатель

Когда вы начнёте действовать на новом уровне, настанет время, когда вам станет страшно. На самом деле, если вам не страшно, то, скорее всего, вы не предпринимаете достаточно правильных действий. Страх — это не что-то плохое, и избегать его не надо; как раз наоборот — нужно стремиться к чувству страха и радоваться, когда оно приходит. Ведь в действительности страх означает, что вы делаете то, что нужно делать, чтобы двигаться в верном направлении.

Если вы не беспокоитесь, это говорит о том, что вы делаете только то, что вам знакомо и привычно, и что результатом будет лишь то, что у вас уже есть. Как бы странно это ни звучало, чувство страха — это как раз то, что нам нужно; а затем настанет время, когда придётся подтолкнуть себя на ещё более высокий уровень, чтобы вновь испугаться. Если честно, то меня лично пугает лишь одно: полное отсутствие страха.

Да и что такое вообще страх? Существует ли он? Настоящее ли это чувство? Я знаю, что оно *кажется* настоящим, когда вы его *чувствуете*, но признайтесь: чаще всего то, чего вы боитесь, вовсе и не происходит. Можно расшифровать слово СТРАХ как «Сотни Тревог Ради Абсурда — Ха!». То есть «у страха глаза велики». Это поговорка очень верно говорит нам о том, что большинство из того, чего вы боитесь, так и не случается. Стоит заметить, что эта идея пересекает языковые границы. По-английски FEAR (страх) расшифровывается, как False Events Appearing Real (выдуманные происшествия, кажущиеся реальными). Чаще всего эмоции, а не рассудок, пробуждают страх. Моё же скромное мнение таково, что эмоции ужасно переоценивают и именно эмоции — это тот козёл отпущения, то оправдание, к которому прибегают люди, чтобы увиливать от действий. Но неважно, согласны ли вы с моим мнением об эмоциях или нет, — вы должны пересмотреть своё понимание того, что такое страх, и использовать его как стимул двигаться дальше и действовать, а не как

оправдание, чтобы прекратить действие или отступить. Пользуйтесь этим чувством — чувством, которого так часто сторонятся, — и пусть для вас страх будет зелёным светом на светофоре действия и укажет вам, что именно вам и *нужно* делать!

Скорее всего, когда вы были маленьким, то боялись чего-то неразумного, например, чудища под кроватью. Тогда страх служил вам показателем того, что надо проверить, что или кто таится в шкафу и в тёмных углах. Но в конце концов все дети понимают, что этих чудищ нет нигде, кроме как у них в голове. У взрослых есть свои собственные «чудища» — неизвестность, отказ, неудача, сам успех и так далее. Эти чудища тоже должны служить призывом к действию. Например, если вам страшно звонить клиенту, то это признак того, что нужно позвонить этому самому клиенту. Если вы боитесь поговорить с начальником, то это говорит о том, что нужно решительно шагнуть к нему в кабинет и попросить минутку его внимания. Если вам страшно попросить покупателя стать клиентом и купить, это означает, что вы *просто обязаны* предложить ему купить — а затем предлагать снова и снова.

По правилу «в 10 раз больше» выбор лишь один: быть не похожим на всех остальных на рынке. Я уже обращал ваше внимание на то, что вы этого достигаете, делая то, что *отказываются* делать другие. В большей или меньшей степени страх чувствуют все, и поскольку остальные игроки на рынке как-то взаимодействуют и друг с другом, и с товарами, то они испытывают страх точно так же, как вы и ваши коллеги. Но не смотрите на страх как на призыв к бегству (так будет поступать большинство людей на рынке); для вас страх должен быть сигналом: «*марш!*»

Лично я справляюсь с такими трудными ситуациями тем, что убираю из уравнения фактор времени, потому что именно время и придаёт силу страху. Чем больше времени вы уделяете своему беспокойству, тем оно становится сильнее. Так что отнимите у страха его самое лакомое блюдо и уморите его голодом. Скажем, Джону надо позвонить клиенту, и из-за этого он тотчас же начинает беспокоиться. Поэтому вместо того, чтобы сразу же поднять трубку и позвонить, он идёт за чашечкой кофе и раздумывает, как ему поступить. От его долгого размышления страх только лишь разрастается; Джон представляет себе всяческие варианты того, как звонок не удастся, и всё ужасное, что может произойти. Если прямо спросить его, что он делает, он, скорее всего, будет утверждать, что ему нужно «подготовиться» к звонку. Но подготовка — это лишь оправдание для тех, кто недостаточно или неверно обучался и тренировался, и такие люди используют этот предлог, чтобы в последнюю минуту оправдать нежелание действовать.

Джону нужно глубоко вдохнуть, взять трубку и — *позвонить клиенту*. Подготовка в последнюю минуту — это всего лишь ещё один способ разжигать страх, который со временем будет становиться всё сильнее. Ничего не происходит без действия.

Чувство страха говорит вам не только о том, что делать, но также и когда это делать. В любое время дня вы можете задать себе вопрос: «Который час?», и ответ всегда один и тот же: *сейчас*. Времени всегда «сейчас», и когда вы чувствуете страх, то это знак того, что наилучшее время действовать — именно в данный миг. Большинство людей не воплотят свои цели, не доведут дело до конца, если пролетит слишком много времени между той секундой, когда у них возникает идея, и до самого конкретного действия для воплощения идеи. А вот если убрать из этой последовательности время, то всё в аккурате и вы готовы действовать. Нет выбора, кроме действия, — вот и всё. Готовиться не нужно — уже слишком поздно, когда вы на этом этапе.

Итак, единственное, что как-то что-то изменит, — это *действие*. У всех случалось, что они хотели что-то сделать и не делали. Возможно, к тому времени, как вы «подготовились», кто-то другой уже выполнил это действие, и вам пришлось об этом пожалеть. Неудача может выражаться по-разному, и она случается, и когда вы действуете, и когда бездействуете. Я бы сказал, что намного лучше потерпеть неудачу в действии, чем оказаться неудачником потому, что вы чрезмерно готовились, а в это время появился соперник и присвоил себе ваши мечты.

В бизнесе такой расклад случается ежедневно. Люди уделяют гораздо больше времени своим страхам, чем эти страхи заслуживают. Продавцы ждут перед тем, как навестить клиента, позвонить, написать письмо или сделать торговое предложение, потому что боятся того, чем всё кончится. У бесчисленного количества людей одни и те же оправдания того, почему сейчас «неподходящее время» действовать: *«Клиент куда-то уезжает. Клиент только что приехал. Сейчас конец месяца, или сейчас начало месяца. У клиентов целый день были собрания. Они вот-вот начинают собрание. Они как раз только что купили. У них нет средств. Они собираются экономить. У них не идут дела. Поменялось руководство или персонал. Не хочу “докучать”. Всё равно они никогда мне не перезванивают. Все остальные тоже не могут им продать. У них невозможные требования. Я не знаю, что сказать. Пока что я не готов. Я же уже вчера ему звонил...»* И так далее, и тому подобное.

Все оправдания в мире не изменят одной простой истины: страх — это сигнал делать именно то, чего вы боитесь, и делать это как можно

скорее. Моя жена постоянно говорит мне, что я «кажусь бесстрашным». Но на самом деле всё как раз наоборот: чаще всего я боюсь. Но я отказываюсь питать страх временем и позволять ему становиться сильнее. Вместо этого я делаю выбор: быстро завершать дела. Я понял из опыта, что лучше просто действовать именно так. Вы пройдёте через то же самое, когда наконец решитесь «нырнуть вниз головой» и сделать то, чего боитесь. На самом деле вы сами удивитесь, насколько вы станете сильнее и как много уверенности это придаст вам в том, чтобы пробовать что-то новое.

Если вы будете действовать масштабно, действовать быстро и действовать постоянно, то на рынке вы покажетесь бесстрашным. Именно тот, кто делает то, чего боится, и будет человеком, который больше продвинется к своей цели. Пусть все остальные склоняются перед своими беспокойствами и бессмысленно готовятся к «Сотням Тревог Ради Абсурда...». А вам надо делать дело.

Страх — одна из тех эмоций, от которых люди сковываются, становятся беспомощными в большей мере, чем от других чувств. Страх заставляет людей цепенеть, и часто в конце концов случается так, что они прекращают стремиться к своим целям и мечтам. Все мы в жизни чего-то боимся, но нас различает то, что мы делаем, когда испытываем страх. Если вы позволяете своему страху останавливать вас, то теряете энергию, скорость, импульс движения и уверенность, а ваши страхи лишь усиливаются.

Вы когда-нибудь видели, как выступают огнеглотатели? По-видимому, хитрость в том, чтобы полностью избавиться от кислорода, который нужен, чтобы было пламя. Если слишком рано вытащить факел, то кислород снова разожжёт пламя и, конечно же, оно обожжёт огнеглотателя. Так же и со страхом. Если хоть чуточку отступить от него, то вы питаете страх кислородом, который ему так нужен, чтобы гореть. Так что примите твёрдое решение, избавьтесь от ненужного фактора времени в уравнении действий — и вы погасите свои страхи, и у вас получится больше делать.

Проглатывайте свои страхи и не питайте их своим отступлением или временем, которое лишь позволяет им разрастаться. Научитесь находить страх и пользуйтесь им, чтобы понимать, что именно нужно делать, чтобы его преодолеть и поднять свою жизнь на новый уровень. Все известные мне успешные люди пользовались страхом как показателем для того, чтобы решить, какие же действия принесут наивысшую пользу и отдачу. Я применяю этот принцип в своей жизни при любой возможности для того, чтобы осознавать, что я расту, совершенствуюсь и что разные области моей жизни расширяются. Если вы не чув-

ствуеете страха, вы не предпринимаете новые действия и не растёте как человек — так оно работает. Чтобы создать великолепную жизнь, не требуются деньги и не нужна удача: нужно уметь стремительно и мощно прорваться через свои страхи. От страха, как и от пламени, отступать не стоит — наоборот, им нужно пользоваться, чтобы вдохновлять себя на действия в жизни.

ВОПРОСЫ

1. Чего вы боитесь больше всего? Назовите три вещи.
2. С кем бы стоило связаться, чтобы расширить или улучшить свой бизнес, но вы боитесь?
3. Что нового вы узнали о страхе в этой главе?

Глава 17

Миф «управления временем»

Пожалуй, стоит начать эту главу с признания в том, что я совершенно не считаю себя прекрасным руководителем или управленцем. И никогда не был человеком, который прекрасно составляет планы. Если честно, я даже ни разу не писал бизнес-плана. И в то же время мне всегда удавалось руководить самим собой достаточно хорошо для того, чтобы выстроить с нуля не одну компанию. Я никогда не считал управление временем ценным, хотя в жизни я уделяю время тому, что считаю самым ценным.

Часто на моих семинарах меня спрашивают про управление временем и как я его контролирую. На протяжении всей своей карьеры я наблюдал, что те, кто более всего беспокоится об управлении временем и равновесии, — это люди, которые мыслят категориями кажущегося недостатка, — это мы с вами уже обсуждали в более ранней главе. Большинство людей даже не знают, сколько времени в их распоряжении или какие самые важные дела нужно выполнить за это время. Если вы не знаете, сколько у вас есть времени и сколько вам нужно времени, то как же — ёшкин кот! — можно даже думать о том, чтобы им управлять и рассчитывать его так, чтобы было какое-то равновесие?

Первое, что нужно сделать, — это решить, что успех — это ваш долг, и для этого расставить ясные и чёткие приоритеты. Я, разумеется, не могу этого за вас сделать, потому что у всех разные приоритеты. Но если успех для вас важен, то я бы посоветовал вам уделять наибольшее количество времени именно тому, что поможет вам создать этот успех. Конечно же, я не знаю, что для вас означает жизненный успех, и это понятие может включать в себя разное: финансы, семью, личное счастье, духовное развитие, физическое или эмоциональное благосостояние или же всё вместе взятое, если вы чем-то похожи на меня! И знайте: *вполне возможно*, чтобы это было всё вместе взятое!

Лично я не ищу равновесия — я хочу изобилия в каждой области жизни и не считаю, что должен жертвовать одной из них ради другой.

Успешные люди мыслят с точки зрения «всего вместе», а неуспешные люди обычно сами себя ограничивают. Они думают так: «Если я богат, то счастья мне не видать» или же «Если моя карьера на высоте, то у меня не хватит времени быть хорошим отцом, хорошим мужем или духовно развитым человеком». Интересно, что на самом деле те, кто себя ограничивает, как раз больше всего и рассуждает о «равновесии». Но на самом деле это — брешь в мышлении, и ни управление временем, ни равновесие не разрешат эту трудность.

С моей точки зрения, беспокоиться о равновесии и управлении временем — бесполезно. Нужно задавать себе вопрос: «Как сделать, чтобы было изобилие всего?» Успешные люди добились того, чего хотели, в таких количествах, что никто не может у них это отобрать. И разве человек может считать себя успешным, если он не счастлив? И какое-то же счастье в том, чтобы быть не в состоянии оплатить счета, прокормить семью, или в том, чтобы беспокоиться о своём будущем? Как только вы достигли поставленной цели, пора поставить себе новую задачу. Хватит думать понятиями «или — или» — пора уже думать с точки зрения «всё и везде».

Пока я писал эту главу, клиент прислал мне сообщение и спросил: «А ты когда-нибудь отдыхаешь?» Я почти мгновенно ответил ему в шутку: «НИКОГДА!» Конечно же, я отдыхаю, как и любой человек. Но я также знаю, сколько у меня есть времени, что именно мне важнее всего, и знаю также, что стремиться добиться этих целей за то время, что у меня есть, — это мой долг, моя обязанность и моя ответственность. Позвольте бросить вам вызов: записывайте, как вы распределяете то время, которое у вас есть; может, стоит вести дневник. Большинство людей понятия не имеют, на что они тратят своё время, но они всё равно жалуются, что его не хватает.

У каждого человека есть 168 часов в неделю, и если отталкиваться от 40-часовой рабочей недели, то средний работник (по крайней мере в США) продуктивен 37,5 из 168 часов (полчаса каждый день на обед). Маловероятно также, что люди действительно работают каждую минуту этих 37,5 часов. Вот какой на самом деле расклад: средний человек в США проводит 22,3 процента времени за работой, 33,3 процента — спит, 16,6 процента — у телевизора или в Сети, и данное соотношение подразумевает, что человек всё своё рабочее время работает! И именно эти же люди затем беспокоятся о равновесии и управлении временем. Конечно же, всегда получится неравновесие, если вы недостаточно делаете за то время, что у вас есть.

Хотя большинство людей и утверждают, что ценят время, многие, по всей видимости, не особо-то в нём разбираются. Кто создаёт ваше вре-

мя? Делаете ли вы это сами или кто-то ещё? Что можно сделать, чтобы создать больше времени? Что означает выражение «время — деньги»? Как нужно обращаться со временем, чтобы ваше время действительно превратилось в деньги? На что важнее всего выделять время? Стоит подумать о каждом из этих вопросов, и каждому из них стоит уделить внимание, чтобы время оказалось как можно более полезным.

Предположим, что вы проживёте 75 лет — это примерно 657 000 часов, или 39 420 000 минут, если говорить об этой жизни. Возьмите любой день недели, и получится, что в среднем у вас 3 900 понедельников, вторников, сред и т.д. Но вот что жутковато: если вам 37 лет, то у вас осталось всего лишь 1 950 сред. А что если бы у вас оставалось всего лишь 1 950 долларов на счету? Вы бы позволили этим деньгам просто растаять или вы бы сделали всё, что в ваших силах, чтобы пополнить счёт? Я верю в то, что смогу лучше воспользоваться 1 950 часами, чем большинство людей. Есть только один способ увеличить количество времени, и это успевать больше делать за то время, что у вас есть. Если я сделаю 15 звонков за 15 минут, а вы сделаете 15 звонков за час, то, по сути, я создал себе 45 минут. С этой точки зрения правило «в 10 раз больше» позволяет вам приумножать существующее количество времени. Если же я найму сотрудника и буду платить ему 15 долларов в час, чтобы он тоже делал по 15 звонков за 15 минут, то я умножил свои действия на два, и вот тогда моё время превращается в деньги.

Чтобы по-настоящему понять время, управлять им, получить от него наибольшую пользу и из доступного вам времени выжать всё возможное, нужно точно знать, сколько у вас есть времени, и совершенно верно оценивать ситуацию. Вы должны взять своё время под контроль, а не позволять другим его контролировать. Если послушать, как люди обсуждают время — особенно сколько времени они проводят на работе, — то можно услышать немало жалоб. Создаётся впечатление, что работа — это нечто, что нужно как-то перетерпеть, но на самом деле многие даже почти и не уделяют времени тому, чтобы выполнять эту самую работу. *Большинство людей работает всего лишь достаточно для того, чтобы ощущать работу как работу, в то время как успешные люди работают с такой скоростью, что добиваются настолько высоких результатов, получают такое удовлетворение, что работа становится наградой.* По-настоящему успешные люди даже не называют работу работой, для них это любимое дело. Почему? Да потому, что они работают достаточно, чтобы побеждать!

Есть простой способ достичь равновесия: усерднее трудиться, когда вы на рабочем месте. Это позволит вам не только иметь больше времени, но и вкушать плоды своей работы, и тогда она станет не столько

работой, сколько успехом. Попробуйте подходить к делу так: будьте благодарны за то, что вы идёте на работу, и постарайтесь успеть как можно больше за то время, что у вас есть. Пусть это будет для вас игрой, соревнованием — чем-то весёлым.

Первое, что нужно сделать, если вы хотите управлять временем и ищете равновесия в жизни, — это решить, что для вас важно. В каких сферах жизни вы хотите добиться успеха и в каком количестве? Запишите эти начинания в порядке важности. Затем посмотрите, сколько у вас есть времени, и решите, когда вы будете выделять время каждому занятию, каждой области. Ещё крайне необходимо вот что: записывайте, на что вы тратите своё время каждый день, при этом я имею в виду буквально каждую секунду. Тогда вы увидите всё, на что вы впустую тратите время, всяческие привычки и занятия, которые вовсе не приводят вас к успеху. Беспольным стоит считать всё, что не подкидывает дров в ваш костёр, например играть в видеоигры или покер в Интернете, смотреть телевизор, дремать днём, пить спиртное, ходить на перекуры; потенциальный список бесконечен. Жестоко, не так ли? Да, но если не управлять своим временем, то, уверяю вас, вы потратите его впустую.

Конечно же, многое в течение жизни и вашей карьеры меняется. Вы становитесь старше, достигаете целей и ставите себе новые. Вы знакомитесь с новыми людьми, у вас в жизни появляется что-то новое. Всё это требует, чтобы вы заново пересматривали то, что для вас важнее всего. Например, многие годы те, у кого есть дети, рассказывали мне, что я не понимаю ничего в том, как сочетать работу и семью, потому что у меня нет своих детей. Что ж, недавно у меня родился ребёнок, а уж это, несомненно, требует больше моего времени, и теперь я сам на себе испытал это. У меня не возникло трудностей с тем, чтобы уравновесить семью и работу; наоборот, я оттолкнулся от того, что для меня важнее всего, и нашёл для себя решение.

Моя дочка стала ещё одной причиной добиваться успеха, а не оправданием для того, чтобы меньше работать. Для меня моя дочь — самая настоящая мотивация преуспевать, потому что теперь я делаю это ради неё и ради себя. Нельзя обвинять свою семью в том, что они мешают вам достигать заслуженного успеха, — как раз ради неё и стоит *стремиться* к успеху!

Такая задача может вам показаться сложной, но её можно решить. Составьте себе и всем в вашей семье такое расписание, которое позволит вам делать то, что для вас важнее всего. Например, моё решение было таким: я стал бодрствовать на час в день больше, чтобы проводить этот час с дочкой. Мы пообщались с женой и придумали такое расписание, которое позволяет мне проводить время с дочерью, а также с женой, и при

этом не сказывается отрицательно ни на моём рабочем расписании, ни на нашем финансовом успехе. Первым делом мы с женой решили, когда дочке лучше всего спать, чтобы мы могли заниматься важными делами. Мы решили, что я буду вставать на час раньше и каждое утро куда-то ходить с дочкой. Тогда я точно смогу приятно проводить с ней время до того, как уходить в компанию и погружаться в дела и заботы дня. А моей жене это позволит подольше поспать. Мы именно так и делаем с того времени, как моей дочке исполнилось шесть месяцев, и работает это прекрасно. Мы каждое утро с дочкой делаем какие-то дела, например, ходим в продуктовый магазин, и там я знакомлю её с сотрудниками. Когда мы возвращаемся с прогулки, у меня впереди целый день, чтобы работать без усталости и добиваться результатов. А раз дочка встаёт так рано, то мы можем укладывать её ещё до 7 вечера, и после этого у нас с женой есть возможность хорошо провести время вместе.

Мы понимаем, что наш план будет меняться и что его нужно будет как-то подправлять по мере того, как дочка будет расти. Но суть в том, что мы контролируем своё время, а не просто стараемся как-то управлять им вслепую. У нас получается быть хозяевами своего времени, потому что мы решили установить приоритеты и непременно найти решение. Чем больше у вас будет дел, тем больше нужно будет управлять временем, контролировать его и определять, что вам важнее всего. Пусть у меня и нет какой-то научной формулы, которая бы волшебным образом упростила вашу задачу, я могу точно сказать вам вот что: если вы полностью посвятите себя достижению успеха, а затем решите, что будете контролировать время, то у вас получится придумать график или план, который включает в себя всё, что вы хотите.

Вы должны сами решить, как использовать своё время. Вы должны командовать им, контролировать его и выжимать из времени каждую секунду, чтобы оставить свой след и влияние и господствовать на рынке. Добейтесь, чтобы все, кто нужно (ваша семья, ваши коллеги, сослуживцы, сотрудники), понимали, что для вас важнее всего, и согласились с этим. Если вы этого не сделаете, то разные люди будут тянуть вас в разные стороны, потому что у каждого свои задачи и свой план. Мой график мне подходит и приносит плоды, потому что все в моей жизни — и жена, и те, с кем я работаю, — знают, что для меня важнее всего, и понимают, как я ценю время. А это позволяет нам справляться со всем, что встречается на пути.

Наша культура и наше общество часто поощряют нас в том, чтобы «не торопиться, расслабиться, не утруждаться, найти равновесие» и просто «довольствоваться»: тем, что у нас есть, и своим нынешним положением. Может, это и кажется замечательным в теории, но на прак-

тике бывает очень сложно контролировать ход дел в жизни, если кто-то отказывается принимать какие-либо решения. У большинства людей нет возможности «расслабиться и не утруждаться», потому что они недостаточно делают для того, чтобы высвободиться из того жалкого существования, которое является результатом обыкновенных действий. Работа должна давать вам цель, миссию и приносить чувство гордости достигнутым. Всё это жизненно важно для умственного, эмоционального и физического благосостояния каждого человека. Поклонники эзотерики и Новой Эры (Эры Водолея, как её ещё называют), которые советуют всем «расслабиться и не спешить», поощряют точку зрения, которая не приносит никому никакой пользы. Просто подумайте, к чему такое мышление привело в обществе: к таким чертам характера, как лень, привычка откладывать на потом, недостаток срочности в действиях, праздность, склонность винить других, безответственность, а также к ощущению, что нам что-то должны или что кто-то ещё обязан решить наши проблемы.

Очнитесь! Никто вас не спасёт. Никто не позаботится о вашей семье или о вашей пенсии. Никто не сделает *вам* так, чтобы у вас «всё было хорошо». Есть только один способ добиться этого: действовать на уровне «в 10 раз больше» каждую секунду каждого дня. И это приведёт к тому, что вы воплотите свои цели и мечты. Счастье, уверенность в себе, в жизни и в будущем, чувство гордости и самореализация — это результат того, что вы пользуетесь своими талантами и своей энергией для того, чтобы добиться успеха (успеха в своём собственном понимании). А для этого нужно использовать каждую секунду, не забывая, что своё время контролируете вы и *только вы*.

ВОПРОСЫ

1. Сколько времени вы каждый день проводите на работе?
2. Сколько времени каждый день вы тратите на бесполезные занятия (например, смотреть телевизор, курить, пить спиртное, слишком долго спать, ходить за кофе, встречаться или обедать с теми людьми, которые не могут принести пользы в бизнесе)?
3. На что или на кого конкретно вы лично тратите время впустую?
4. Чему вы научились о времени в этой главе?

Глава 18

Критика — признак успеха

Когда вас критикуют, это не самое приятное чувство в мире, но у меня для вас прекрасная новость: если вы слышите критику, то это верный знак того, что вы немало продвинулись в верном направлении. Не нужно избегать или бояться критики; наоборот, вы должны понимать, что она будет, как только вы начнёте достигать звёздного успеха.

Слово «критика» означает «мнение одного человека о достоинствах или недостатках работы или действий другого человека». Хоть «критиковать» не обязательно подразумевает «находить недостатки», обычно это слово подразумевает неодобрение или предрассудки. Но в словаре не указана небольшая полезная подсказка: когда вы начнёте действовать на верном уровне и в результате добиваться успеха, то зачастую вам недолго придётся ждать критики.

Понятно, что большинству людей не по вкусу, когда их критикуют. Но, по моим наблюдениям, это естественный результат того, что вы привлекаете к себе внимание. Может быть, поэтому некоторые изначально сторонятся внимания — чтобы уклониться от мнений и суждений. Но невозможно достичь настоящего успеха, не привлекая к себе некоторого количества внимания. Да, на вас будут глазеть и явно выражать своё неодобрение. Давайте взглянем правде в лицо: что бы вы для себя ни решали в жизни, кто-то когда-то будет вас критиковать. Разве не лучше, чтобы вас критиковали те, кто завидует вашему успеху, чем ваша семья, ваш начальник или ваши кредиторы за то, что вы недостаточно действуете?

Когда вы начнёте достаточно действовать, то вскоре вас начнут осуждать те, кто не действует вообще. Если вы достигаете серьёзного успеха, то на вас начнут обращать внимание. Кто-то будет восхищаться вами, кто-то захочет поучиться у вас, но большинство людей, к сожалению, будет завидовать вам. И оправдания таких людей, почему они недостаточно делают, преобразуются в объяснение того, почему ваши действия неправильны.

Нужно заранее знать, что так и будет и что это признак успеха. Критика придёт, когда вы по-настоящему начнёте вкалывать на десятикратном уровне — зачастую даже до того, как ваш результат станет очевиден. Будьте бдительны: критика может выражаться по-разному. Сперва она может принять образ советов: «Зачем ты тратишь столько усилий на одного клиента? Он никогда ничего не покупает». Или же: «Надо больше радоваться жизни! Знаешь, работа — это не всё». Люди говорят вам это для того, чтобы самим лучше себя чувствовать, поскольку ваше изобилие создаёт контраст с их недостатком. Не забывайте: успех — не конкурс популярности; успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность.

Один мой приятель, который торгует заборами в штате Луизиана, как-то признался мне: «Грант, я не хочу внимания. Как только я его привлекаю, конкуренты начинают меня преследовать. Я хочу быть вне поля видимости, чтобы никто не знал, чем я занимаюсь». Да, конечно, это один из вариантов добиваться успеха, но невозможно слишком долго быть «вне поля видимости», если вы хотите подняться до небес. Быть тише воды, ниже травы, чтобы не привлекать внимания (а значит, и критики), скорее всего, значит, что в какой-то степени вы сами себя ограничиваете. Вы боитесь, что на вас будут нападать, и не стремитесь к цели ревностно и самоотверженно. Но когда Фомы неверующие поймут и признают, что вы никуда не денетесь и что вашему успеху стоит подражать, а не осуждать его, то они сдадутся и найдут себе новую мишень.

Те, кто слабы и пришиблены, критикой и нападками отвечают на успех других людей. Как только вы принимаете решение завоевать какую-то территорию или господствовать в некой сфере, вы рискуете стать мишенью для таких людей. В политике можно наблюдать это постоянно: когда ни у одной стороны нет настоящего решения, каждый просто критикует и дубасит соперника, а пользы от этого нет никому. Если человек или организация получает критику в свою сторону, то это должно говорить им о том, что тот, кто кидается грязью, боится того человека или той группы, которых он принижает. У таких людей, которым привычно умалять окружающих, обычно нет иного решения своей собственной проблемы, кроме как унижать других игроков.

Единственный способ справиться с критикой — это предвидеть её, знать, что это неизбежный элемент достижения успеха. Критика сильно напоминает страх тем, что это признак, что вы делаете верные ходы в верном количестве, привлекаете достаточно внимания и создаёте достаточный «всплеск» вокруг себя. Один мой клиент недавно позвонил нам в компанию и стал жаловаться, что мои сотрудники слишком настырно его «ведут». Я перезвонил ему, чтобы разобраться, в чём недоволь-

ство. Какое-то время я слушал, как он злословит о моих сотрудниках за то, что они, по сути, просто делали свою работу, и сказал: «Прекратите. Они просто делают то, что считают правильным, потому что знают, что мы можем Вам помочь. Критиковать здесь нужно то, что Вы не приняли решение действовать и не спустили курок, но я не буду Вас осуждать, потому что это ни капельки не поможет ни мне, ни Вам. А теперь хватит уже негатива, и давайте сделаем что-нибудь положительное, чтобы помочь Вашей компании стать успешнее». А затем я наградил своих сотрудников за то, что они настойчиво работали с клиентом. Жалоба о том, что они «чрезмерно» «ведут» клиента, — это признак того, что они двигаются в нужном направлении. Я не позволил возмущению клиента нас остановить и поддержал работу своих сотрудников. Мы все понимаем, что критика — это шаг на пути к успеху, и я не собираюсь приносить извинения ни за одного своего сотрудника, который стремится достичь успеха. Кстати, возможно, вам любопытно: да, мы закрыли эту сделку. И именно тот самый клиент теперь одобрительно и с восхищением рассказывает о том, что мы «ведём» клиентов, будто «умалишённые».

Когда я закончил университет, я пошёл работать продавцом на полную ставку вместо того, чтобы работать по специальности. Через пару лет я был в числе одного процента лучших продавцов из всех, кто работал в моей сфере, и очень сильно опережал тех, кто работал вместе со мной. Но если вы думаете, что они не критиковали меня, — ошибаетесь. Конечно же, критиковали! Они подшучивали и насмехались надо мной, старались меня отвлечь от дела и даже пытались меня убедить прекратить именно те действия, которые привели меня к успеху. Именно так и ведут себя люди с низкими результатами: они осуждают остальных за то, что те делают именно то, что нужно делать, — с целью оправдать свое собственное безделье! А самые результативные люди, победители, реагируют на ситуацию иначе: они изучают действия успешных людей и повторяют их успех. Они тренируются, чтобы достигать того же уровня, что и самые продуктивные люди. Непродуктивные люди не готовы подняться на новый уровень, взять на себя ответственность и стать продуктивнее, поэтому они способны лишь на то, чтобы сводить на нет тех, кто продуктивнее них.

Когда моя книга «Если ты не первый, ты последний» попала в список бестселлеров газеты «Нью-Йорк Таймс», мои так называемые конкуренты начали меня критиковать. Один сказал, что у книги «нахальное» название. Ещё один критик изрёк: «Кем этот Кардон себя возомнил?» Был и такой, что сказал, что «я становлюсь слишком известным себе же во вред». А ещё один доброжелатель даже позвонил мне, чтобы посоветовать найти нового издателя, утверждая, что в книге — грамматические

ошибки. Как вы думаете, я обращал внимание на эти комментарии? Ни на секунду. Моя книга была бестселлером газеты «Нью-Йорк Таймс»!

По моим наблюдениям, критика предшествует восхищению и всегда сопутствует успеху, нравится вам это или нет. Подбрасывайте тысячи поленьев в пламя успеха, продолжайте, и раньше или позже именно те, кто вас принижали, начнут восхищаться вашими достижениями. Те, кто вначале вас осуждали, будут петь вам дифирамбы — при условии, что вы не забудете, что критика — признак успеха, и не отпустите свою «десятикратную» педаль газа, когда будете действовать в стиле «в 10 раз больше». Ведь если подумать, то чем лучше отомстить за критику, как не постоянным успехом?

ВОПРОСЫ

1. Что вы теперь знаете о критике?
2. Какую критику вам бы хотелось услышать больше всего?
3. Приведите три примера, когда вы наблюдали, как чья-то критика переросла в восхищение.

Глава 19

Удовлетворить клиента — неверная цель

Тема критики удачно приводит нас к обсуждению избитой и недопонятой идеи — *удовлетворённости клиентов*. Когда я начинаю обучать людей идее десятикратных действий, то сталкиваюсь с тем (это одно из первых возражений), что люди беспокоятся, что это как-то повредит удовлетворённости клиента. Они боятся, что если их компания или они сами будут слишком настойчивыми или напористыми, то это как-то скажется на репутации их торговой марки на рынке. Хотя это, наверное, и возможно, гораздо более вероятно, что никто вообще не узнает о вас или о вашей компании и даже и не заметит вашей торговой марки — потому что на рынке невероятное количество всевозможных компаний и доступных товаров. Однажды я работал с кабельным каналом, который ведёт трансляцию по всей стране, и их управленческий совет беспокоился, что новая передача, которая ужасно нравилась руководителем канала, не соответствует стилю и марке канала. Я сказал им в ответ: «Если вы не начнёте вещать для телезрителей те программы, которые для них актуальны и интересны и которые им обязательно захочется посмотреть, то у вас вообще не останется торговой марки и нечего будет защищать». Если вы не находите себе союзников и клиентов, не добиваетесь поддержки со стороны инвесторов и не закрываете сделку — потому что не действуете в стиле «во что бы то ни стало» (то есть не делаете всего необходимого, чтобы довести дело до конца) — и если вы затем прячетесь за оправдания — защиту торговой марки и удовлетворённость клиента, — то можно с таким же успехом просто взять лопату и начать копать себе могилу.

Обслуживать клиентов — неверная цель; верная — это увеличивать количество клиентов. Это не означает, что удовлетворённость клиентов не важна. Всем понятно, что клиент должен быть удовлетворён, чтобы возвращаться к вам и положительно отзываться о компании. Если ваша услуга, ваш товар или ваши инвестиции не направлены на то, чтобы удовлетворять клиентов, то вы — преступник, и тогда эта книга просто

быстрее обеспечит вам тюремную койку. Пусть вашей главной целью будет подчинять себе внимание людей и находить новых клиентов — потом уже будете беспокоиться о том, как их осчастливить.

Позвольте объяснить незатейливо. Меня не особо беспокоит удовлетворённость клиентов! Почему? Потому что я знаю, что мы предоставляем больше обещанного и обслуживаем клиентов гораздо выше «удовлетворительного» уровня. Мы предоставляем больше, чем должны, каждому клиенту и никогда не говорим «нет», пока в этом нет необходимости. В моей компании мы даже не обсуждаем удовлетворённость клиентов. Но зато мы много говорим о том, как найти большее количество клиентов, потому что подписать клиентов на нашу программу — единственный способ поднять удовлетворённость клиентов. Понимаете? Невозможно поднять удовлетворённость клиентов, если не увеличить количество клиентов. Неважно, подписывается ли кто-то на бесплатную еженедельную рассылку с полезными советами, или покупает книгу за 30 долларов, или аудиопрограмму за 500 долларов, или же подписывает долгосрочный контракт на миллион, мы всегда делаем больше, чем от нас ожидается. Так что я думаю лишь о том, чтобы найти новых клиентов, а затем я предоставляю больше, чем ожидается.

Больше всего меня волнует удовлетворение «неклиентов», то есть тех, кто не удовлетворён, потому что у них нет моих товаров и услуг, и кто, может, даже и ещё и не понимает, что он недоволен. Я знаю, что недовольными клиентами могут быть лишь те, у кого нет наших товаров, или те, у кого они есть, но кто неверно ими пользуется. Что мы обсуждаем, так это то, как добиться от наших клиентов того, чтобы они больше и чаще применяли наши материалы, наши системы и техники, потому что это единственный способ поднять удовлетворённость клиентов на новый уровень. Когда вы не получаете клиента или когда клиент неверно пользуется вашими товарами и услугами — это минус. На самом деле это более серьёзный минус, чем большинство тех недочётов, о которых идёт речь, если говорить об удовлетворённости клиентов. Если клиент получает посылку на день позже — да, это нехорошо. И это нужно исправить, но если клиент вообще не покупает ваш товар, это говорит о том, что у вас серьёзные сложности с удовлетворением клиентов, потому что вы так и не превратили этого человека в клиента. Первую трудность можно запросто разрешить, а вот вторая вас погубит.

Я ищу клиентов, которые способны пользоваться нашими услугами. Затем я уделяю внимание этому человеку или этой компании до тех пор, пока они не согласятся меня нанять, — при этом я знаю, что они не могут быть удовлетворёнными, пока не купят мой товар или услугу. Это не фраза для продажи — я по-настоящему верю в эти слова. Получить

клиента важнее, чем удовлетворить клиента, и не может быть удовлетворённости клиентов без клиентов! Для меня важнее всего раздобыть клиента. То же самое можно применить к отношениям: первое и самое важное — это найти жену, второе — делать так, чтобы она продолжала быть счастлива, затем — чтобы семья росла, и уже потом — придумывать новые пути сделать так, чтобы все были счастливы. Но что важнее всего? Первым делом надо найти жену, и это важнее удовлетворённости жены.

Компания не может добиться успеха, если будет думать только об удовлетворённости клиента. Я считаю, что тенденция думать в первую очередь об удовлетворённости клиентов препятствует нахождению этих клиентов. Компании начинают так беспокоиться о том, чтобы их клиенты были удовлетворены, что многие из них прекращают атаковать и настойчиво завоёвывать и увеличивать свою долю на рынке.

«Обслуживание клиента» — это устойчивое выражение в деловой терминологии; оно существует для того, чтобы измерять, насколько товары и услуги компании подходят клиентам или превосходят их ожидания — после покупки. Эта оценка — якобы ключевое различие между торговыми марками, которым клиенты верны, и теми, которые они просто-напросто бросают. И в то же время в большинстве случаев, когда я прихожу в какой-то магазин или компанию, меня недостаточно обслуживают до продажи, чтобы сперва превратить меня в клиента. Руководители сидят в своих башнях из слоновой кости и провозглашают важность обслуживания клиентов — однако они забывают говорить о важности того, чтобы сперва заполучить клиента. Большинство товаров не привлекает моего внимания настолько сильно, чтобы я непременно хотел бы их купить без какой-либо помощи от самой компании. К сожалению, большинство продавцов даже мизинцем не пошевелият, чтобы попросить клиента купить, когда у них есть такая возможность, а затем не используют и дальнейшие возможности и не «ведут» клиента. Вот и получается, что «клиента не получается».

Мы проводим для компаний программу «тайный покупатель», и то, что я описал выше, подтверждается снова и снова. Самый большой недочёт в компаниях — то, что они изначально так и не превращают человека в клиента! Если у вас недостойное предложение — если ваш товар не даёт обещанного результата, если клиенты чувствуют себя обманутыми после покупки, — то в конце концов рынок от вас избавится. Но большинство людей терпят неудачу не потому, что у них некачественное предложение или плохой товар. Большинство компаний проваливаются потому, что они так и не добиваются, чтобы у них покупало достаточное количество людей.

Как вы думаете, обслуживает ли Starbucks клиентов лучше всех и самый ли лучший у них кофе? Я не знаю. Зато я знаю, что эта компания вложила очень немалые деньги и усилия в то, чтобы их кофе был доступен, чтобы его было легко купить. Хочет ли компания Starbucks, чтобы люди не стояли в долгих очередях, чтобы с ними здоровались и подавали им тот кофе, который нужно? Конечно. Но уверяю вас, что в первую очередь компания хочет новых клиентов. Как вы думаете: является ли Google лучшей поисковой системой, предоставляет ли он наилучшее обслуживание, оставляет ли наилучшее впечатление? Хочет ли эта компания ещё улучшить качество обслуживания? Несомненно. Но прежде всего сама компания настолько очевидно господствует в своей сфере и привлекает к себе столько внимания, что пользователи заходят в первую очередь именно на их сайт. Компании, которые по-настоящему удовлетворяют покупателей, не обсуждают *обслуживание* клиентов; им интересен *поиск* клиентов. Не забывайте о том, что невозможно достичь удовлетворённости клиентов без самих клиентов.

Американские корпорации настолько одержимы «удовлетворённостью клиента», что они позабыли о первом и самом главном действии — поиске клиентов! На юге США говорят: «Пусть главное и останется главным». Удовлетворённость клиентов не должна быть отдельной стратегией или отдельным начинанием; скорее, она должна быть настолько неотъемлемой частью компании, что всё своё внимание компания уделяет поиску клиентов. Самая дорогая и бессмысленная ошибка — это привлечь внимание потенциального клиента или внимание рынка, а затем не суметь воспользоваться этой возможностью и не превратить человека в потребителя товаров и услуг. Однако именно это и происходит со слишком большим количеством компаний.

Допустим, что компании удаётся привлечь моё внимание настолько, чтобы я заинтересовался её товарами, но она не приложит достаточно усилий, чтобы «запереть меня у себя» (то есть превратить меня в покупателя). Если я не клиент, то я точно никак не могу быть довольным клиентом. Я просто говорю о том, что не надо начинать строить дом с крыши. Заметьте: руководители начинают интересоваться удовлетворённостью клиентов и начинают кампанию, чтобы опросить уже существующих клиентов компании, но совершенно забывают о том, чтобы опросить людей, которые не стали покупателями. Это очень серьёзный недочёт и прекрасный пример того, какой должна быть «неповторимая методика» (я рассказывал об этом в 10-й главе), — это тотчас же показывает вам, как увеличить количество клиентов. Если вы опрашиваете не только существующих клиентов, но и собираете данные и мнения тех, кто не купил, то ваша компания узнаёт намного больше об истинной удовлетворённости клиентов!

Разве вам не интересно, почему они не стали клиентами? Может быть такое, что вы не удовлетворили человека и поэтому он и не стал клиентом? Большинство компаний терпит поражение не из-за недостаточного качества товара, услуг или плохого предложения. Они терпят поражение потому, что не предприняли достаточно стратегических действий для того, чтобы в самом начале заручиться поддержкой — то есть покупкой — клиента. Поэтому-то я и говорю, что удовлетворённость клиента — это неверная цель; ведь если человек не превратится в клиента, то у вас вообще не будет возможности его «удовлетворить».

Я не говорю, что вообще не существует понятие «удовлетворённость клиента» после покупки; нет, просто я хочу вернуть ваше внимание именно к поиску клиентов. Поймите также, что совершенно невозможно полностью предотвратить жалобы клиентов. Конечно же, можно что-то сделать, чтобы улучшить свой товар или услугу. Но если вы имеете дело с людьми, то будут жалобы и будет недовольство — такова жизнь. Лучшее, что можно сделать, — это разрешать жалобы и недовольства, когда они возникают (а это обязательно будет, обещаю), и смотреть на них как на возможность общаться с вашими клиентами. Нужно, чтобы большее количество людей знало о вас, пользовалось вашим товаром или вашей услугой и сотрудничало с компанией. Да, конечно, количество жалоб вырастет, ведь вы имеете дело с людьми, но и число благодарностей тоже. Увеличивайте количество ваших пользователей при помощи масштабных действий, и не надо проводить масштабные кампании, которые приводят к тому, что ваши сотрудники изначально уклоняются от поиска клиентов.

Когда я основал свою вторую компанию, у меня было такое наивное представление, что я буду работать всего с горсткой людей и всё своё внимание уделять именно им (от чего удовлетворённость клиентов будет на высоте). Я полагал, что это даст мне преимущество на рынке, позволит мне предоставлять очень качественное обслуживание и сильно изменить что-то в лучшую сторону в этой области. Хотя сама идея и была симпатичной, оно так не вышло. Во-первых, размах был недостаточно большим, чтобы выстроить компанию с настолько широким влиянием и такой известностью, чтобы привлечь ко мне внимание. Я даже близко не был к господству на рынке, не говоря уже о деньгах, необходимых для того, чтобы продолжать работать и помогать клиентам. И не менее существенно было то, что такой подход не позволял мне поделиться своими знаниями и информацией с достаточным количеством успешных людей.

Когда я наконец расширил своё мышление до верного масштаба и определённо решил расширить свою зону влияния и начать работать с десятикратным количеством клиентов, я стал привлекать к себе боль-

ше внимания (в 10 раз больше) и стал работать с большим количеством успешных людей и компаний, которых раньше избегал. Я изменил свою точку зрения и стал думать об огромных количествах, а не нацеливался лишь на горстку клиентов; это позволило мне рассказывать всё большему количеству людей, кто я такой и чем занимается моя компания. Увеличилось количество жалоб, но вместе с ними и количество комплиментов. На самом деле я больше вкушал успех, чем страдал от неудач, потому что обо мне знало теперь большее количество людей, которые пользовались моими программами. Когда больше людей стало посещать мои семинары, то и качественных клиентов у меня тоже стало больше. И одновременно мы увеличили количество людей, которые знали о моих идеях и техниках. Всё больше людей обсуждали мои методики со своими коллегами и сослуживцами, а те, в свою очередь, передавали молву своим знакомым и т. д. Чем больше меня обсуждали, тем больше мне удавалось расширять свою зону влияния, привлекать больше внимания, получать новых клиентов и *вот тогда и поэтому* добиваться большей удовлетворённости клиентов. Подумайте: выигрывали ли бы Google или Facebook от того, что предоставляли бы свои услуги лишь считанному количеству людей? Если бы так было, я бы даже не ставил их в пример.

Практика удовлетворять клиентов не ограничивается тем, как вы с ними обращаетесь после того, как сделали их клиентами; это понятие должно включать в себя и то, что вы делаете вначале, чтобы получить их в роли клиентов. Качество клиентов, с которыми вы будете работать, прямо отразится на вашем уровне удовлетворённости клиентов. Но невозможно добраться до качества, если не нацеливаться на количество. Не забывайте также то, что мы с вами обсуждали в прошлой главе: критика и жалобы неизбежны и говорят о том, что вы расширяетесь, как и следует. Так что пропускайте критику мимо ушей, радуйтесь жалобам, справляйтесь с ними и делайте всё возможное, чтобы расширить своё влияние. Чем больше людей вы будете обслуживать, тем больше вероятность того, что вы будете работать с качественными клиентами.

Для ясности: конечно же, нужно предоставлять обещанное и даже больше обещанного. Но если вы нацелитесь на то, чтобы прекрасно, в стиле «в 10 раз больше», обслуживать клиента до покупки, то это будет для вас естественным и после неё. Я сейчас отталкиваюсь от того, что у вас замечательный товар, отличная услуга или идея либо прекрасное инвестиционное предложение. А теперь нужно усилить свою опору, свою «группу поддержки» для этой продукции. К сожалению, существуют тысячи компаний, которые продают низкокачественные товары и услуги. Я вам вовсе не советую предлагать нечто ниже стандартов или же жертвовать качеством товара — я только хочу обратить ваше внимание

на горькую правду: господство в своём секторе рынка обычно перекрывает всё остальное. Компании, которые продают низкокачественные товары, нацеливаются в первую очередь на поиск клиентов, а затем уже справляются с возникшими сложностями — после того, как люди стали их клиентами.

Ни одной организации в мире не удавалось добиваться масштабного успеха, если она при этом ограничивала привлечение новых людей. Компании Apple этот урок дался нелегко, и они долго его усваивали. Компания Microsoft «утюжила» её на протяжении десятилетий, и в то же время любой пользователь продукции Apple скажет вам, что Microsoft продаёт продукцию худшего качества. Так происходило потому, что продукция Microsoft была доступна кому угодно, а Apple нацеливалась на узкий круг людей. Заметьте, что в последние несколько лет Apple сменила направление и сделала свою продукцию привлекательной для широкого круга людей. У трёх процентов семей в США есть iPad, 63 процента семей пользуются MP3-проигрывателем, и 45 процентов этих проигрывателей — марки Apple. Очевидно, что сегодня Apple не на шутку пользуется принципом масштабных действий с целью расширить своё влияние и господствовать на рынке!

Помните, что даже если ваш товар и то, как вы его предоставляете, — само совершенство, клиенты всё равно будут жаловаться: ведь они люди. Невозможно всех всегда осчастливить, а бояться жалоб — это ошибка. Вместо того чтобы бояться, поощряйте клиентов в том, чтобы они рассказывали вам о своих жалобах, специально ищите их, находите и затем разрешайте. Когда ваши клиенты жалуются, они очень чётко рассказывают вам, как улучшить ваш товар. Если в любой ситуации вы терзаетесь беспокойством, что обидите клиента, то вы никогда не будете господствовать на рынке.

Давайте вернёмся к нашему примеру компании Apple. На сегодняшний день компания не настолько беспокоится об удовлетворённости клиентов, чтобы себя тормозить, — нет, они продолжают создавать продукцию, ради которой люди готовы стоять в очередях. Apple понимает верную последовательность: 1) найти клиентов (с помощью удивительного товара или прекрасной услуги, над созданием которых работали на десятикратном уровне); 2) произвести прекрасное впечатление на клиентов во время покупки; 3) завоевать приверженность покупателя, выражающуюся в повторных покупках, поддержке компании, рекомендации её своим знакомым и т. д. Когда вы развиваете компанию, ваша главная задача — это ещё пока не удовлетворённость клиента, а поиск клиентов, рекомендации, верность клиентов и снова поиск при помощи уже существующих покупателей. Лично я хочу, чтобы у всех была моя

продукция, а не только лишь у нескольких людей. Я хочу, чтобы обо мне и моих товарах знало огромное множество людей, а не парочка. Я не успокоюсь, пока не стану известен всему населению Земли. Я хочу, чтобы все у меня покупали, снова и снова, и моя цель — чтобы они обо мне так часто думали, чтобы я настолько повлиял на этих людей и их компании, чтобы они даже ни за что не подумали обратиться к кому-то ещё.

Подобное мышление отличается от точки зрения, когда вы столь привязаны к удовлетворённости клиентов, что ваши продавцы из-за опасения, что это может ухудшить мнение клиента о них, боятся расстроиться, надавить, настоять. Я знаком с компаниями, в которых продавцов наказывают, когда поступают жалобы, что кажется мне странным по нескольким причинам. Во-первых, в таком случае подразумевается, что продавцы могли избежать подобного недовольства, но это явно не так. И даже если бы можно было его избежать, то зачем? Недовольства и проблемы — это возможности заключить новые сделки и разрешить дополнительные трудности, а также дать клиенту возможность рассказывать о том, как вы замечательно вы разрешили его проблемы!

Если вам действительно интересно узнать, в чём слабости вашей компании при поиске клиентов и при завоевании их приверженности, опросите тех, кто *не стал* покупателем. Когда такие люди уходят или отказываются покупать, то чем раньше вы их опросите, тем лучше. Это идеальный вариант. Обязательно спрашивайте их не о людях, не о продавцах, с которыми они встречались, а о самом *процессе* продажи. Можно задать вопросы наподобие следующих:

- Сколько времени вы у нас провели?
- Познакомились ли вы с менеджером?
- Показали ли вам дополнительные товары?
- Сделали ли вам торговое предложение?
- Кто-нибудь предложил вам привезти товар к вам на дом или в компанию?

Не стесняйтесь звонить в мою компанию за советом, как составить этот опрос для вашей конкретной ситуации (+7 812 748 25 18). Мы можем помочь вам определить, какие задавать вопросы, чтобы разобраться, в чём провал.

Можете ли вы вспомнить, когда вас в последний раз попросили поделиться своим мнением и впечатлением после того, как вы решили *не* покупать? Уделили ли вам достаточно внимания? Помогал ли вам продавец во время процесса решения и продажи? Радостно ли вас встретили? Предложили ли решить вашу проблему? Поздоровался ли с вами руководитель? Показали ли вам разные варианты? И предложили ли вам вообще купить? Позвонил ли вам кто-то потом? Держу пари: ответ на

большинство вопросов — «нет». *Компании терпят поражение не потому, что они обижают клиентов, а потому что они недостаточно действуют, чтобы изначально превратить этих потенциальных клиентов в реальных.* Я вас уверяю, что те же самые компании проводят одно собрание за другим на тему удовлетворённости клиентов. Вместо того, чтобы не пожалеть времени и спросить потенциальных клиентов, которые не купили, — «Почему?», они опрашивают лишь тех, кто купил. И это усугубляется ещё и тем, что большинство опросов нацелены на то, чтобы узнать, что же продавец сделал не так, вместо того, чтобы спросить, чего недостаёт самой компании в её точке зрения или подходе.

Помните действенную шкалу важности: первая цель — это сделать человека клиентом; затем — завоевать верность клиента; затем — добиться, чтобы он вас рекомендовал. Такой подход позволяет компании вкладывать в развитие и совершенствование своей продукции, вкладывать в то, чтобы улучшать свои технологии и процедуры, и вкладывать в рекламу — а всё это в конце концов и приводит к *настоящей и истинной* удовлетворённости клиентов.

ВОПРОСЫ

1. Вам когда-нибудь проводили опрос в компании, у которой вы не купили?
2. Что важнее удовлетворённости клиентов?
3. Почему большинство бизнесов терпит неудачу?
4. Какие вопросы вы могли бы задать человеку, когда он у вас не покупает?

Глава 20

Вездесущность

Слово «вездесущий» говорит о том, что кто-то или что-то находится повсюду — везде и всегда. Представьте себе, что вы, ваша марка и ваша компания очутились везде и присутствуете там всегда. Сколько же силы и могущества у вас бы тогда оказалось? Пускай это и кажется невозможным, но именно такую цель надлежит себе поставить. То, чему люди придают наибольшую ценность в этом мире, они также считают вездесущим. Если вы не думаете о том, чтобы распространить свои идеи, товар, услуги или вашу марку по всему миру, то невозможно добиться настоящего успеха. Всё то, от чего мы зависим больше всего, вездесуще: и кислород, которым мы дышим, и вода, которую пьем, и бензин, который мы заливаем в машину, и электричество, которое бежит в дома по проводам, и те товары и торговые марки на планете, которые рекламируются лучше всего и внушительнее всего. Общий знаменатель здесь такой: всё это доступно повсюду. Мы видим их постоянно, зависим от них, и мы уже привыкли к тому, что нуждаемся в них — нуждаемся, как правило, каждый день.

Давайте возьмём очевидный пример — новости. Новости транслируются 24 часа в сутки 7 дней в неделю по телеканалам и по радио, в Интернете, печатаются в газетах — поэтому люди о них и думают чаще всего. Мы видим что-то в новостях, когда просыпаемся, мы обсуждаем их во время перерыва, мы слышим их на протяжении дня и смотрим их по телевизору перед сном.

Такова и должна быть ваша точка зрения, когда вы действуете: чтобы люди могли узнать о вас повсюду и купить вашу продукцию везде. Нужно, чтобы люди так часто встречали ваше имя, чтобы они постоянно думали о вас и чтобы они мгновенно связывали ваше лицо, ваше имя, ваш логотип не только с вашим предложением, но и с предложениями, похожими на ваше. Многие неправильно предполагают, что можно сделать несколько звонков, посетить клиента или двух, послать несколько электронных писем и при этом как-то завоевать людское внимание.

Но, если честно, ни одно из этих действий не приведёт к тому, чтобы люди думали о вас настолько много и часто, чтобы это на что-то значительно повлияло. Достаточно ли высоки ваши задачи, достаточно ли масштабно мышление? Если пока ещё нет, то нужно изменить свой подход, расширить свой размах и своё влияние — с целью господствовать и присутствовать везде.

Моя сегодняшняя цель — добиться того, чтобы более 6 миллиардов людей постоянно слышали моё имя, узнавали его и затем, когда они думают об обучении продажам, думали бы обо мне. Хотя это и может показаться нереальным и, скорее всего, недостижимым, как раз это и есть верная задача, верное мышление, верная идея и сфера влияния для моего бизнеса — быть вездесущим. Одно лишь решение добиться столь высокой задачи, приверженность этой цели сами по себе приведут к приключению. Пока я буду пытаться достигнуть конечной цели, я по дороге доберусь до гораздо более высокого уровня успеха. Появятся ли деньги? Конечно! Станут ли люди покупать мои товары? Несомненно! Станут ли мои идеи успешными, получу ли я поддержку в том, чего хочу достичь? Иначе и быть не может.

Такой подход позволит нам принимать те решения, которые приблизят меня к цели, а именно — чтобы все на планете знали обо мне, моих товарах, моей компании и деятельности! Все решения в нашей компании мы принимаем, руководствуясь именно этой единственной миссией: познакомить всю планету с Грантом Кардоном. Хотя и приходится финансировать наши промежуточные задачи, наш главный интерес — это не деньги. Мы знаем, что если будем стараться присутствовать везде, то будет и прибыль. Мы не спрашиваем себя, во сколько нам обойдётся проект, вписывается ли он в бюджет и есть ли у нас время на эти действия. Мы задаём себе вопрос: а поможет ли это нам в нашей миссии — быть везде? Мы не останавливаемся и не задумываемся, разумно ли мне куда-то ехать, чтобы выступить перед небольшой группой людей, и каким будет результат. Мы просто-напросто не допускаем никаких оправданий и не отвлекаемся ни на что, что могло бы ограничить наше расширение. Точно так же ваши стремления к тому, чтобы вы, ваша марка, ваши товары или продукты были вездесущими, и будут сами по себе определять ваши решения и действия.

Может быть, такое мышление слишком масштабно? Для большинства людей так оно и есть. Совершенно ли необходимо так мыслить? Что ж, если вы готовы удовлетвориться посредственностью, то нет. Но если вы об этом подумываете, то вернитесь назад и перечитайте те главы, где описано, почему обыкновенные, средние цели приведут

вас к неудачам. Покажите мне хоть одну великую компанию, которая не достигла вездесущности. Coca-Cola, McDonald's, Google, Starbucks, Phillip Morris, AT&T, La-Z Boy, Bank of America, World Disney, Fox TV, Apple, Ernst & Young, Ford Motor Company, Visa, American Express, Macy's, Wal-Mart, Best Buy — эти названия звучат повсюду. Каждая из этих компаний присутствует в каждом городе (в США), некоторые из них — на каждом углу, а большинство есть и по всему миру. Вы видели их рекламу, знаете, как выглядит их логотип, и можете даже напеть их фирменные мелодии из рекламных роликов; вы используете их названия не только для того, чтобы описать их продукцию, но иногда и товары конкурентов.

Есть также и люди, которые добились вездесущности так основательно, что мир тотчас же узнаёт их имена, например: Опра, Билл Гейтс, Уоррен Баффет, Джордж Буш, Барак Обама, Авраам Линкольн, Элвис Пресли, музыканты Beatles, музыканты Led Zeppelin, Уолт Дисней, Уилл Смит, мать Тереза, Мохаммед Али, Майкл Джексон, Пеле и т.д. Нравятся они вам или не нравятся, но все эти люди создали себе такую известность, что большинство знают, кто они такие, или хотя бы узнают их имя и понимают, что это имя важного человека. Долгосрочный успех таких людей и их способность выживать зависят от того, что они делают со своим именем и своей торговой маркой и куда они её направляют.

Папа всегда давал мне один очень важный совет: «Твое имя — это самое ценное, что у тебя есть. Люди могут отобрать у тебя что угодно, но не имя». Я, конечно, согласен с папиными словами о важности имени, но имя в некоей степени теряет свою ценность, если оно никому не известно. Если вы сами не известны другим, то никто не обратит внимание и на то, что вы предлагаете и о чём рассказываете. Вы должны добиваться того, чтобы люди вас знали, а это означает, что нужно привлекать к себе внимание. Чем больше вы привлекаете к себе внимания, тем в большем количестве мест находитесь, а чем больше то количество людей, с которым вы общаетесь и сотрудничаете, тем в большей степени вы будете везде. Когда так происходит, то выше вероятность того, что вы сможете с помощью своего имени и его репутации делать добрые дела.

Вы слышали когда-нибудь такое выражение: «Достаточно помочь всего одному человеку»? Да, конечно, помочь одному человеку — это хорошее дело и уж точно лучше, чем не помочь никому, но я лично не особо верю в то, что помочь одному человеку достаточно. Я знаю, что это приятное выражение и что оно говорит о важности помощи другим, но на этой планете 6,8 миллиарда людей, и хоть ка-

кая-то помощь нужна большинству из них. Ваша цель обязательно должна быть (и это возможно!) обширнее, чем помочь «всего одному человеку». Для того чтобы это произошло, люди должны знать, кто вы такой и что или кого вы представляете, во что верите! Иначе вам не удастся помочь ни одному человеку, а уж тем более как-то повлиять на 6,8 миллиарда.

Ваше мышление должно основываться на том, чтобы всё время быть везде. Именно такая точка зрения — в стиле «в 10 раз больше» — и нужна, чтобы господствовать в своей области рынка. Если вы бесповоротно решите, что будете предпринимать действия в стиле «в 10 раз больше», а затем снова повторять эти десятикратные действия, то я вас уверяю, что вы и окажетесь в ситуациях, когда получится, что «вы везде». Сперва нужно прорваться через неизвестность и рассказать миру, что вы можете для него сделать, а затем делать это неотступно. Возможно, это покажется тягомотиной, но скучным делом это будет только тогда, когда ваши цели слишком низкие, эгоистичные или когда они не достигнуты. Я вам обещаю, что когда вы окажетесь на пьедестале, то тягомотины не будет. Может быть, вы хотите разбогатеть — но для чего? Что вы хотите сделать с деньгами? Есть ли более высокая цель, которой вы посвятили себя? Ведь, в конце концов, личное состояние можно наращивать лишь до определённого предела, а потом уже будет всё равно. Быть может, вы хотите накопить большое состояние, чтобы больше помогать людям и улучшить условия для всего человечества. Что ж, тогда вы должны быть вездесущим — везде, всегда.

Чем выше ваша цель, тем больше топлива она вольёт в ваши десятикратные действия. Именно это и нужно, чтобы взлететь до уровня вездесущности. Известные и влиятельные люди добиваются такого положения потому, что их цель побуждает их писать книги и статьи, давать интервью, вести блоги, соглашаться где-то выступать и постоянно отвечать «да» на всё, что привлечёт внимание к ним самим, их компании и начинаниям. Таковы результаты того, что кто-то думает по-крупному. Это не тягомотина и не нудная работа, а страсть и увлечение. Нудной работой это становится лишь тогда, когда ваше мышление слишком узкое, а действий слишком мало, и тогда нет результатов. Вы способны на гораздо большее, чем то, что вы делаете сейчас. Как только вы нацелите ваш разум на правильную цель, вы начнёте действовать на уровне «в 10 раз больше», а это тотчас же подтолкнёт вас на новый уровень, и вы одновременно окажетесь в большем количестве мест, чем когда-либо считали возможным.

Для того чтобы жизнь вам не казалась «работой» и чтобы вы не чувствовали себя белкой в колесе, нужно думать верными габаритами.

В мечтах большинства людей, в их ожиданиях по отношению к себе не хватает как раз такого масштабного мышления, а именно вездесущности: цели постоянно присутствовать всегда и везде одновременно.

Сперва вы должны поклясться себе самому, что ваша идея, видение, ваша торговая марка, компания, товар или услуга оставят след на этой планете. Чтобы так произошло, нужно принимать участие в местной политике, в жизни района, местных социальных групп и школ. Посещайте мероприятия — пусть вас видят; пишите в местную газету, общайтесь с теми, кто играет важную роль в вашем округе. А когда вы уже начнёте участвовать в общественной жизни, делайте всё, что в ваших силах, чтобы быть деятельным, чтобы вас видели, слышали, читали ваши статьи и думали о вас. Отвечайте «да» на каждую возможность рассказать людям о себе и своих идеях. Пишите, рассказывайте, читайте лекции о своей деятельности; даже лайте на перекрёстке — если придётся и если это поможет. Твёрдо решите быть вездесущим!

Я лично усвоил этот важнейший урок только тогда, когда на меня напали люди, которые не хотели, чтобы я преуспевал, и мне нужно было придумать, как это парировать. Инстинктивно мне хотелось отомстить им и нанести физический вред (мгновение сумасшествия). Но моя жена напомнила мне о моих же словах: «Лучшая месть — это масштабный успех». Она посоветовала мне так стремительно и мощно ринуться вперёд, настолько расшириться, что каждый раз, когда эти люди будут просыпаться, включать телевизор или делать какой-то деловой шаг, они увидят меня, услышат обо мне и не смогут забыть, как отлично у меня идут дела. Моя жена сказала правду; её разумность и положительный настрой тотчас же успокоили меня, и я понял, что наилучший возможный ответный удар можно нанести не какой-либо силой, а просто достижением большего успеха.

Вместо того, чтобы тратить свои силы на месть, я стал вкладывать все свои силы в ресурсы и изобретательность, в то, чтобы стать вездесущим и расширить круг своего влияния. Такое вложение гораздо полезнее, чем за кем-то гоняться. Подумайте, как вы могли бы воспользоваться моим примером, чтобы придумать, как быть в большем количестве мест одновременно. Сразу же после этого нападения я всерьёз занялся тем, чтобы быть на виду везде и всегда. Я написал свою первую книгу, а следующую выпустил уже через три месяца. Затем я закончил третью книгу, а мои сотрудники превосходно поработали и не один месяц добились, чтобы она стала бестселлером газеты «Нью-Йорк Таймс», и им это удалось!

Наша цель была такая: сделать всё возможное, чтобы то, чему я учу, мои данные, мои материалы стали известны миру. Мы начали

пользоваться программами YouTube и Flickr, чтобы вывешивать ролики о мотивации, советы по продажам и деловые стратегии для наших клиентов, а ещё мы просили, чтобы люди сообщали об этом своим друзьям. Я самолично записал 200 роликов, написал 150 записей в Интернет-журнале (в блоге) и дал 700 интервью на радио за 18 месяцев. Затем меня начали показывать по обычному и по кабельному телевидению по всей стране по разным каналам. Я стал выступать на программах каналов Fox, CNBC и MSNBC, а также на радиостанциях CNN Radio и WSJ Radio — и не только. За это же самое время я написал более 2 000 сообщений на Facebook, Twitter и LinkedIn. Всё это в дополнение к тем действиям, которые сотрудники моей компании усердно предпринимали, чтобы сделать моё имя известным. Моё лицо, моё имя, голос, статьи, методика и видеозаписи стали появляться везде, некоторые одновременно. Люди, с которыми у меня никогда не было деловых связей, начали нам говорить: «Мы видим имя Гранта везде!» Вместо того чтобы беспокоиться о горстке критиков, я полностью отдавался тому, чтобы расширить своё влияние и стать известным всему остальному миру.

Мой бизнес воспарил на всех фронтах, и каждый день появлялись новые возможности. Мы начали привлекать внимание не только тех людей, на которых мы обращали внимание, но и людей со всего мира. В результате этой кампании мои книги переводят сейчас на китайский и на немецкий. Теперь мы уже получаем запросы из Франции, Мексики, Южной Африки и других стран, где людям интересны наши программы обучения продажам и наши книги. Нам звонят из США, а также из-за границы, и хотят проводить телепрограммы и публиковать статьи в журналах. Я сейчас не хвастаюсь, а рассказываю вам, что может случиться в вашей жизни, если предпринимать верные действия на верном уровне и начать думать в верном масштабе.

Все влиятельные компании, идеи, товары и люди вездесущи. Их можно увидеть и найти везде. Они господствуют в своей сфере и становятся символом той деятельности, которой занимаются. Настоящий успех измеряется «долгожительством». Так что если вы хотите гореть и вдохновляться своей идеей надолго, то пусть вашей целью будет вездесущность. Ваше имя, ваша торговая марка и ваша репутация становятся вашими наиважнейшими достояниями лишь в том случае, если люди о них знают и ими пользуются. И не забывайте: *лучший способ отплатить тем, кто желают вам зла, — это стать настолько известным, чтобы каждое утро, когда они просыпаются, и каждый вечер перед сном они слышали ваше имя, — у них перед глазами будет доказательство вашего успеха.*

ВОПРОСЫ

1. Что значит быть *вездесущим*?
2. Какие шаги нужно предпринять, чтобы стать вездесущим?
3. В чём преимущество того, чтобы производить так много действий, что рынок начнёт считать ваше имя (или название компании) синонимом всей той категории товаров или услуг, которые вы предоставляете?
4. Какой самый лучший способ отомстить своим критикам?

Глава 21

Оправдания

Настало время подумать о тех оправданиях, которыми вы, вероятно, воспользуетесь, чтобы уклоняться от всего того, о чём мы говорили, и не достигать результатов. Оправдываются все. На самом деле, у большинства людей есть свои любимые оправдания — они повторяют их снова и снова. Уверен, что ваши оправдания как раз сейчас и начинают показывать свою рожицу, так что вместо того, чтобы не замечать их, давайте смело посмотрим этим чертенятам в лицо, чтобы они потом вас не отвлекли.

Оправдание — это придуманное объяснение того, почему вы что-то делаете или не делаете. По-моему, словарь намекает на то, что оправдание — это «причина». Но на самом деле обычно оказывается, что оправдание — это *не настоящая* причина ваших действий (или бездействий). Допустим, что вы опоздали на работу, и ваше оправдание — что была пробка. Да, но это не настоящая причина того, почему вы приехали не вовремя. Причина, почему вы опоздали на работу, — это то, что вы выехали слишком поздно и не подумали о возможности пробки. *Оправдание никогда не бывает настоящей причиной действия или бездействия. Оно лишь подтасовка фактов, и вы придумываете оправдание, чтобы чувствовать меньше вины за то, что вы что-то сделали и чего-то не сделали.* Вы не измените ситуацию придуманными оправданиями — её можно изменить, лишь если добраться до настоящей причины. Оправдания — для тех, кто отказывается отвечать за свою жизнь и жизненные результаты. И придумывают оправдания рабы и жертвы; что ж, их извечная доля — питаться объедками.

Первое, что нужно понять, — это то, что оправдания никогда не улучшают ситуацию. Во-вторых, нужно обнаружить, какими из них вы пользуетесь постоянно. Знакомы ли вам некоторые из этих оправданий? *«У меня нет денег; у меня есть дети; у меня нет детей; я в браке; я не в браке; мне надо найти жизненное равновесие; у меня слишком много работы; у меня недостаточно работы; здесь работает слишком мно-*

го народу; нам не хватает людей; мой начальник придурок, не помогает мне, не оставляет меня в покое, негативный, слишком уж энтузиаст; мне не нравится читать; у меня нет времени на обучение; у меня ни на что нет времени; у нас в компании завышенные цены; у нас заниженные цены; покупатель мне не перезванивает; покупатель отменил встречу; люди мне врут; у клиентов нет денег; экономика на спаде; банки не дают денег взаймы; владелец скупой; у нас нет, нам не найти нужных людей; ни у кого нет мотивации; люди плохо настроены; мне об этом никто не говорил; виноват кто-то другой; они всё время передумывают; я устал; мне нужен отпуск; я работаю с коллегами-неудачниками; у меня депрессия; я болен; моя мама больна; ужасные пробки; конкуренты продают это очень дешево; мне ужасно не везёт...»

Вам ещё не наскучило? Мне — точно наскучило! Мне пришлось очень постараться и покопаться на задворках разума, чтобы придумать некоторые из этих оправданий. Сколько из них вы пускали в действие? Прочитайте их снова и обведите каждую фразу, которую вы когда-либо изрекали. А теперь спросите себя: помогут ли вам хоть какие-то из этих оправданий улучшить своё состояние? Сомневаюсь.

Тогда зачем и почему столько людей так часто придумывают оправдания? Имеет ли это значение? Дело просто в том, что оправдание — это искажение реальности, и ничто в этом оправдании не поможет вам изменить ситуацию к лучшему. То, что у «клиента нет денег», не поможет вам закрыть сделку. То, что вам «всё время не везёт», не улучшит вашу жизненную ситуацию и не изменит ваше везение. Ведь на самом деле, если вы будете достаточно долго внушать себе эту идею, то вы и будете ожидать невезения и тогда будете делать всё для того, чтобы дела шли плохо.

Нужно разобраться, в чём разница между тем, чтобы оправдываться, и тем, чтобы находить настоящие и логичные причины событий. В этой книге мы уделили много внимания различиям между успешными и неуспешными людьми; одно очень явное отличие — это то, что успешные люди просто-напросто не оправдываются. К тому же они на самом деле весьма «нерассудительны» и не придумывают «разумных» причин — по крайней мере, причин неудачи. Я никогда не задам себе (да и никому другому, если уж на то пошло) вопрос, почему я не смог вывести товар на рынок, собрать достаточно денег или же достаточно продать, — потому что с моей точки зрения здесь не подойдёт ни один ответ. Ни одно оправдание не изменит обстоятельства или ситуацию, и какую бы причину я ни назвал — это будет всего лишь возможность что-то урегулировать в будущем. Как бы вы ни обосновывали недочёты или неудачи, любые объяснения приводят лишь к тому, что возможность

найти решение будет в руках у другого. Вспомните, что я неоднократно говорил вам в этой книге: «Ничего не происходит с вами, всё происходит *благодаря вам*». Оправдания — это всего лишь ещё одна составляющая этого принципа, и будете вы их придумывать или нет, очень сильно повлияет на то, достигнете вы успеха или нет.

Если в ваших глазах успех будет лишь возможным вариантом, то получится, что он невозможный для вас вариант, — вот и всё. Не существует ни одного оправдания, которое приведёт вас к успеху, — даже такой вероятности не существует. Когда кто-то себя жалеет и придумывает оправдания, это говорит об чрезвычайно низком уровне ответственности. «Он не купил у меня потому, что банк не дал ссуду». Нет, он у вас не купил, потому что вы не сумели раздобыть нужное кредитование потенциальному клиенту. Первое утверждение не показывает ни малейшей ответственности за происшедшее, а второе — показывает и указывает на решение. Когда вы примете на себя более высокий уровень ответственности, когда прекратите выдумывать оправдания — вот тогда вы сможете пойти искать решение. А вдобавок хорошо ещё и то, что в будущем вы не попадёте в подобную ситуацию.

Нечто становится ценным, когда это редкость. Поэтому, всё, чего много, стоит недорого. По всей видимости, у людей чуть ли не бесконечный запас оправданий. И поскольку их так много, у них никакой ценности. Раз оправдания не способствуют вашему желанию добиваться успеха, они просто пустая трата вашей энергии. Если вы собираетесь подходить к успеху так, как учит эта книга — не как к возможному варианту, а как к долгу, обязанности и ответственности, — то вы должны твёрдо решить, что *никогда* не будете ни в чём оправдываться! Вы не можете позволить ни себе, ни своей команде, ни своей семье, ни одному человеку в вашей компании придумывать более ни одного оправдания и выдавать его за причину, почему что-то оказалось неуспешным. Есть такая старая пословица: «Коли быть суждено, будет сделано мной».

ВОПРОСЫ

1. Какая разница между оправданием и причиной?
2. Какие два факта вам известны об оправданиях?
3. Какими оправданиями вы пользовались до сегодняшнего дня?

Глава 22

Успешным: быть или не быть?

Большую часть своей жизни я изучаю успешных людей, и думаю, что стоит описать разницу между ними и теми, кто достигают меньшего, — эти черты могут отличаться от вашего представления о них. Различия между этими двумя категориями не имеют никакого отношения к экономике, образованию или демографическим показателям. Конечно же, эти факторы, опыт таких людей и разные события их жизни повлияли на них и их точки зрения, но не это наиважнейшие решающие причины событий в их жизни. Я могу показать вам людей без образования, воспитанных в развалившихся семьях в ужасных условиях, которым тем не менее удалось добиться космического успеха.

Успешные люди общаются, думают и подходят к разным ситуациям, барьерам и проблемам не так, как большинство, и уж точно они иначе думают о деньгах. В этой главе я перечисляю те качества и черты характера, которые часто встречаются среди успешных людей и формируют их характер, действия и мышление. После каждого заголовка я поделюсь с вами своими мыслями о том, в чём эта черта на самом деле заключается. Это поможет вам лучше понять, какие привычки и черты стоит развивать в себе, а также развитие каких привычек стоит поощрять среди своих коллег и сотрудников. Есть только один способ добиться успеха — действовать так же, как действуют успешные люди. Успех ничем не отличается от других навыков. Достаточно думать и действовать так же, как успешные люди, и вы создадите себе успех.

Этот список основан на моих наблюдениях успешных людей и того, как они действуют, и это то, как вам потребуется себя вести, чтобы быть успешным.

Точка зрения «Да, могу»

Люди с подходом «да, могу» смотрят на любую ситуацию с точки зрения, что результата можно добиться при любых обстоятельствах.

Они постоянно говорят: «Мы это можем сделать», «Давайте это сделаем», «Давайте придумаем как», и они всегда считают и утверждают, что есть решение. Если вы поговорите с такими людьми, то увидите, что им нравится понимать, объяснять и разрешать различные ситуации, а когда они говорят о трудностях, то постоянно делают это с положительным настроением. Даже в самых обескураживающих или неразрешимых, как кажется, ситуациях они подходят к делу с точки зрения «Да, могу». Такой настрой важнее образцового товара и низкой цены, и только с помощью этого и нескольких других качеств можно добиться масштабных действий в стиле «в 10 раз больше». Если вы не готовы к любому делу подходить с точки зрения, что задачу можно выполнить, то вы ещё не мыслите по-настоящему в стиле «в 10 раз больше». Необходимо самому верить и дать понять другим, что решение действительно есть — даже если придётся ещё потрудиться, чтобы его найти. Пускай такое отношение к делу — «да, могу» — станет неотъемлемой частью вашей речи, мыслей, действий и ответов всем, кого вы знаете. Помогите всем в вашей компании развить такое же мышление тем, вколавывая в них эту точку зрения каждый день. Даже если перед вами вовсе невыполнимая просьба, придумайте, как можно отреагировать с точки зрения «да, могу». Поднимите и себя, и свою команду до уровня, когда ответ «да, могу, конечно, мы с этим справимся» станет обычным, а всё остальное — неприемлемым.

Верьте: «Я разберусь»

Эта точка зрения сопутствует настрою «да, могу». Опять же, это относится к человеку, который всегда стремится быть ответственным и решить проблему. Даже если вы не знаете точно, как что-то сделать, лучший ответ — «я разберусь», а не «я не знаю». Никто не ценит человека, который не только не знает данных, но и *не хочет* знать. Такой ответ никак не способствует ни доверию со стороны других, ни вашей компетентности. Я не согласен с утверждением, что, когда вы чего-то не знаете, нужно об этом говорить другим. Как это поможет решить ситуацию? Неужели вы правда хотите похвастаться своей неспособностью или же думаете, что рынок или ваши клиенты *настолько* ценят честность, что им хочется от вас заверений в том, что они теряют с вами своё время? Да, можно признаться, что вы с чем-то незнакомы, — при условии, что за этим сразу же последует утверждение, что вы разберётесь или найдёте кого-то, кто разберётся. Когда вы поднимаете белый флаг и отказываетесь от задачи, это ничем не поможет продвинуться вперёд. Скажите себе и другим, что вы *готовы* сделать то, что необходимо, чтобы разобраться! Вместо того чтобы говорить: «Я не знаю», можно сказать:

«Отличный вопрос. Дайте я узнаю и разберусь». Вы всё равно ответили честно, но вместо того, чтобы намекать на свою неспособность, вы притягиваете решение.

Нацеливайтесь на возможности

Для успешных людей любая ситуация, в том числе трудности и жалобы, — это возможности. В то время как остальные видят сложности, успешные люди понимают, что решённые проблемы приводят к новым товарам, услугам, новым клиентам и, скорее всего, к финансовому успеху. Не забывайте, что успех — это преодоление трудностей и барьеров. Поэтому невозможно добиться успеха и при этом обойтись без каких-либо трудностей. Не очень-то важно, с какой сложностью вы сталкиваетесь; если вы достаточно хорошо с ней справитесь, то получите свою награду. Также, чем больше проблема, тем лучше возможность. Когда весь рынок и все на рынке испытывают одну и ту же трудность, то это уравнивает шансы. Только тот поднимется над толпой, кто видит возможности и стремится к ним, тот, кто даже трудности воспринимает как ещё один путь к успеху. Такие люди могут воспользоваться ситуацией, отделиться от конкурентов и господствовать на рынке. Есть несметное количество ситуаций, которые большинство обычно воспринимает как препятствия: экономические спады, безработица, трудности с жильём, жалобы клиентов, «заколоченные двери» компаний — это лишь несколько примеров. Если у вас получится научиться рассматривать это как возможности, а не проблемы, то вы будете постоянно выигрывать.

Приветствуйте трудности и препятствия

В то время как многие люди терпеть не могут трудности и препятствия и для них это оправдание тому, чтобы ещё глубже увязнуть в безразличии, успешных людей трудности и препятствия лишь вдохновляют и побуждают к действию. Мне думается, что, когда кто-то увяз в проблемах и не видит выхода, это результат того, что у человека недостаточно побед из-за того, что он недостаточно действует. Успех порождает дальнейший успех, а поражения увеличивают вероятность дальнейших поражений. Для успешных людей препятствия — это возможность отточить свои навыки и способности. Если вы хотите добиться своих целей, то вы должны сделать так, чтобы каждая трудность придавала вам сил и энергии. Жизнь бывает жестокой, проходит время, и у людей может накопиться немало потерь и поражений. Многие доходят до того, что каждую новую трудность автоматически приравнивают в своем уме к поражению. Однако су-

ществуют способы вернуть себя в то состояние, в котором те трудности, которые вы испытали в жизни, больше не отнимают у вас способность справляться с новыми препятствиями со вкусом и вдохновением.

Когда у вас получится выработать более положительный настрой, вы начнёте смотреть на препятствие как на стимул действовать, как на боевой сигнал, вместо того чтобы видеть его как барьер, как оправдание от чего-то уклониться. Нужно пересмотреть для себя понятия препятствий и трудностей, натренировать себя по-новому и знать, что каждое препятствие — это возможность победить. Не обманывайте себя — побеждать в жизни необходимо. Каждую минуту каждого дня ваш разум сам подсчитывает количество побед, поражений и ничьих, при этом он ориентируется на известный вам самим ваш настоящий потенциал. Чем больше вы побеждаете в жизни, тем выше будет и ваш потенциал и тем больше вам будут нравиться препятствия и трудности.

Ищите проблемы и их решения

Успешные люди специально ищут проблемы, потому что понимают, что почти все проблемы чем-то похожи. Некоторые сферы деятельности даже специально *изобретают* проблемы, чтобы затем «решать» эти проблемы тем, что продадут вам свой товар. (Подумайте обо всём том, что вы купили за все эти годы, потому что это было вам «необходимо». Так ли это? Или, может, вас убедили, что это решит какую-то проблему, которая, возможно, у вас была, а может, и нет?) Прививки от гриппа — прекрасный пример. Многие считают, что они необходимы, но мнения врачей расходятся. Для успешных людей проблема — как трапеза для голодного. Дайте мне проблему, любую проблему, — я её решу, получу награду и, быть может, стану героем. Чем серьёзнее проблема, тем больше людей получают пользу от её решения и тем значительнее будет ваш успех. Ищите, как решить проблемы: вашей компании, ваших сотрудников, клиентов, правительства, — где бы они ни существовали, какими бы ни были, — и вы будете в числе успешных людей. В мире полно людей, у которых проблемы и которые — увы! — сами создают проблемы. Один из лучших и самых быстрых способов, как можно отделиться от толпы, — это стать в глазах других человеком, который улучшает, а не ухудшает ситуации.

Не сдавайтесь, пока не добьётесь успеха

Способность не сдаваться и настойчиво следовать по своему маршруту вне зависимости от барьеров, неожиданных событий, плохих ново-

стей и сопротивления; способность не сводить глаз с цели, ни за что не сходить с пути, крепко удерживать свои позиции, несмотря ни на какие обстоятельства, — общая черта тех, кто добивается успеха. Вне сомнений, у меня лично — не знаю насчёт других — больше настойчивости, нежели талантов. Это не такая черта, которая у кого-то есть или нет; это черта, которую можно — и нужно — в себе развить. Похоже, что у детей есть это врождённое качество, и они проявляют его, пока родители или общество (или они вместе) не научат их, что большинство людей так себя не ведут. Однако эта черта необходима для того, чтобы воплотить любую мечту.

Неважно, работаете вы в продажах или в правительстве, неважно, работодатель вы или работник, вам придётся научиться настойчиво преодолевать любую ситуацию. На этой планете словно есть некое естественное стремление, некая сила — почти как сила гравитации, — которая бросает вызов настойчивости людей. Кажется, будто сама вселенная пытается выяснить, из какого теста вы сделаны, и всё время противодействует вам. Я знаю, когда берусь за какое-либо начинание, что придётся настойчиво действовать на десятикратном уровне, пока всяческое сопротивление не превратится в поддержку. Я не пытаюсь убрать сопротивление, а просто продолжаю действовать до тех пор, пока всё не изменится к лучшему и вызов моим идеям не превратится в защиту этих же идей. Например, на моей странице в Facebook был один пакостник, и я попытался привлечь его на свою сторону, но не смог. Вместо того чтобы стирать его со своей страницы, я спросил своих подписчиков, что они думают об этой ситуации, и они разнесли его в пух и прах, а меня поддержали ещё сильнее. Если я так и не нахожу в чём-то поддержки, я просто продолжаю настойчиво действовать с таким огромным количеством успеха, что всё оставшееся сопротивление быстро сходит на нет.

Настойчивость — это прекрасное преимущество для любого, кто хочет приумножить свой успех, потому что большинство людей отказались от своей врождённой способности не сдаваться. Научитесь делать всё, что только нужно, чтобы привести себя в наилучшую умственную, духовную и финансовую форму, — для того, чтобы быть способным действовать упорно и не сдаваться. Если вы это сделаете, то обнаружите, что вы в числе самых успешных людей.

Рискуйте

Однажды я был в Лас-Вегасе; рядом со мной сидел один человек, и он заметил: «Эти казино всегда будут зарабатывать деньги, потому что игроки-посетители вообще не готовы рисковать достаточно и не сумеют

обанкротить казино». Я не предлагаю вам стараться стереть какое-то казино с лица земли, но замечание этого человека напомнило мне, что столь многих из нас учат осторожничать, быть консервативными и так и не сделать настоящий рывок, не нанести решающий удар по воротам. Жизнь не так уж отличается от Лас-Вегаса — чтобы что-то выиграть, нужно что-то поставить на кон. Настанет время, и вам *придётся* рискнуть, а успешные люди готовы рисковать каждый день. В настоящих огромных казино жизни и бизнеса рискуете ли вы достаточно, чтобы добиться желаемого и нужного успеха? Большинство людей делают недостаточно для того, чтобы их узнавали и признавали, чтобы привлекать внимание, чтобы создавать фейерверк; они стараются защитить, сохранить свою репутацию, положение или вообще что-либо уже достигнутое. А успешные люди готовы азартничать — готовы поставить всё на карту, ведь они знают, что вне зависимости от результата они всегда сумеют воссоздать былые достижения. Они не против, чтобы их критиковали, чтобы их замечали, не против быть на виду у мира, а неудачники удерживают себя и осторожничают. Помните поговорку: «Кто не рискует, тот не пьёт шампанского»? Как раз сегодня вам важно, чтобы ваши друзья и родственники поддерживали вас в том, чтобы начать вести себя рискованно, а не осторожно.

Будьте нерассудительны

Нет, это не ошибка — там правда написано «нерассудительны». В моей книге «Продавай и выживай»^{*} я рассказал о том, что продавец должен нерассудительно вести себя со своим клиентом, чтобы завершить сделку. Очевидно, что это яро противоречит обычным наставлениям: быть рассудительными, вести себя логично. Вот чему учат большинство из нас. Чтобы быть нерассудительным, вам нужно вести себя, не обращая внимания на разумные доводы и не прислушиваясь к практичности и реалиям. Да, точно — именно этого я от вас и хочу! Большинство людей, когда они читают это определение, приходит в замешательство и думает, что я прошу их быть сумасшедшими. Но успешные люди понимают, насколько важно действовать и при этом не опираться на рассудительность. Они знают, что не могут себе позволить вести себя, основываясь на реалиях и соглашениях других. Потому что иначе так называемое «невозможное» так и не станет для них возможным. Если вы хотите быть игроком в игру «в 10 раз больше», то мыслить и действовать

* «Продавай и выживай» — сегодня эта книга называется «Продай или продадут тебе» в более полной и более поздней редакции. Книга переведена на русский язык.

нужно нерассудительно. Иначе, как и всем остальным, вам придётся довольствоваться объедками с барского стола — «стола» успешных людей. Рассудительность не требует быть умственно неуравновешенным, хотя, если честно, кто из нас хоть чуточку не «ку-ку»? Нет — требуется, чтобы вы отказывались поддерживать так называемую «разумность» рассудительных действий, которые никогда не дадут вам того, что вы хотите. Большинство людей в мире играет по каким-то глупым, бессмысленным, рассудительным правилам, которые непременно приведут вас к тому, что вы и дальше будете как раб в кандалах волочиться по земле. Просто подумайте: если бы кто-то не сделал того, что другие оклеймили «нерассудительным», были бы у нас сегодня машины, самолёты, полёты в космос, телефоны и Интернет, не говоря о тысяче других изобретений, которые мы принимаем за данность? Не видать человечеству выдающихся достижений, если бы не чья-то готовность быть «нерассудительным». Так будьте же в числе нерассудительных людей. Обычно именно они невообразимо меняют мир.

Не бойтесь опасности

С самого детства кто-то старается оберегать вас от опасности. «Будь осторожен» — без устали говорят родители и покупают всевозможные товары для дома, чтобы только уберечь ребёнка от возможной опасности. К сожалению, многие начинают думать лишь о том, чтобы избежать опасности, и прекращают по-настоящему жить! Если вы взглянете на свою жизнь, то обнаружите, что причинили себе столько же — или даже больше — вреда, когда вели себя «осторожно», чем когда не избегали опасности. Вспомните, когда вы в последний раз получили какую-либо травму. Скорее всего, прямо перед этим вы пытались избежать опасности. Для того чтобы быть осторожным, нужно действовать осмотрительно, но вы никогда и ни за что не достигнете уровня действий «в 10 раз больше», если будете вести себя осмотрительно. Масштабные действия требуют от вас выбросить осторожность в окошко, даже если при этом вы играете с опасностью. Работать с властными и влиятельными людьми само по себе уже опасно. Может быть, вы хотите, чтобы миллиардер вложил деньги в ваш проект? Или хотите зарплату в миллион долларов в год? А может, хотите переделать свою частную компанию в открытое акционерное общество? Если это так, то нужно быть готовым смотреть опасности в лицо, потому что в каждой из этих ситуаций от вас потребуется больше, чем раньше. Чтобы добиться чего-то крупного, нужно приветствовать опасность. Для того чтобы опасность вас не похоронила полностью, нужно быть достаточно обученным, чтобы суметь выйти на ринг и стать победителем.

Создавайте богатство

Отношение к богатству очень сильно отличает тех, кто достиг финансового успеха, от тех, кто его не достиг. Бедные считают, что им необходимо работать, чтобы зарабатывать деньги, а затем они всю свою жизнь тратят эти деньги на что-то бессмысленное или же копят деньги как умалишённые, чтобы их сберечь. Очень успешные люди знают, что деньги уже созданы. Они придерживаются той точки зрения, что богатство нужно создавать с помощью обмена новыми идеями, товарами, услугами и решениями. Наиболее успешные люди осознают, что их не ограничивает никакой недостаток. Они знают, что существует множество денег и что эти деньги направляются к тем, кто создаёт товары, предоставляет услуги и предлагает решения; они также понимают, что богатство — это не просто поступление денег. На самом деле, чем ближе вы находитесь к серьёзному денежному кругообороту, тем больше у вас возможности и вероятности создать богатство для собственных начинаний.

Думайте о том, чтобы создавать деньги и богатство, а не о зарплате или экономии. Придумайте, как создать богатство при помощи обмена прекрасными идеями, качественного обслуживания и эффективного решения проблем. Например, посмотрите на то, как ведут себя влиятельные банки: они получают средства такими способами, которые очень сильно побуждают людей отдавать им деньги или брать у них займы. Подумайте о том, как у богатых получается владеть той недвижимостью, за которую остальные платят аренду. Они получают деньги только потому, что владеют этой собственностью и так вот создают себе богатство. Те, кто вкладывает деньги в свои собственные компании, делают это потому, что хотят увеличить своё богатство, а не свой доход. С другой стороны, неуспешные люди тратят деньги на то, на чём зарабатывают состоятельные. Доход облагается налогом, а настоящее богатство — нет. Вам не нужно «делать деньги». Их уже сделали. Нет недостатка самих денег, но есть недостаток тех, кто создаёт себе богатство. Переключите своё внимание с экономии и направьте его на то, чтобы создавать богатство, и вы начнёте думать так, как думают успешные люди.

Не скупитесь на действия

Именно об этом и написана данная книга (надеюсь, что это уже стало очевидно)! Сложно поверить в то, сколько действий предпринимают по-настоящему успешные люди. Какими бы ни были эти действия, эти люди очень редко ничего не делают — даже в отпуске (достаточно спро-

сить их супругов и их семью)! Иногда люди успеха побуждают окружающих делать что-то для них или от их лица, или же они привлекают внимание к своим товарам или идеям, а может, просто трудятся день и ночь напролёт. Но задолго до того, как люди узнают о них, успешные люди начинают постоянно действовать активно и масштабно. Неуспешные люди обсуждают какой-то план действия, но так и не добиваются до тех действий, которые провозглашают, — по крайней мере, они делают недостаточно, чтобы добиться того, чего хотят. Успешные же люди понимают, что их будущие достижения зависят от того, будут ли они уделять время и внимание действиям. Возможно, эти действия и не окупятся сегодня, но можно будет пожать их плоды, если какое-то время действовать так постоянно и настойчиво.

Я лично знаю, что даже в тяжёлое время я всегда могу положиться именно на масштабные действия. Ваша способность действовать очень сильно повлияет на ваш будущий успех; стоит каждый день, не жалея времени, прививать себе и эту привычку, и самодисциплину. Это не дар и не черта характера, которую я удачно унаследовал, — это привычка, над которой надо работать. Для меня лично неэтичны лень и бездействие; я не считаю, что я имею право лениться, не думаю, что это правильно. Лень — это не «изъян характера», вызванный какой-то выдуманной болезнью, точно также как чья-то способность действовать очень активно — не некий «дар свыше». Никто не рождается спринтером или марафонцем, и точно так же никто не рождается с талантом действовать активнее остальных. Действия необходимы для того, чтобы создать свой успех; возможно, что именно эта ключевая способность и позволит вам присоединиться к категории успешных людей. Неважно, кто вы или чем вы до сих пор занимались в жизни и чего достигли, — вы можете развить в себе эту способность, чтобы стать успешнее.

Всегда отвечайте «да»

Если вы хотите по-настоящему и ретиво взяться за дело, в бизнесе и в жизни, то нужно на всё отвечать «да». Если понаблюдать, то вы увидите, что успешные люди постоянно говорят «да», и не просто потому, что они могут себе это позволить, а потому что они *так хотят*. Они радостно принимают участие в жизненной игре и понимают, что в слове «да» больше жизни и больше возможностей, чем в слове «нет»; ну и конечно же, «да» более положительно. Когда клиент просит меня что-то сделать, я всегда отвечаю: «Да, с удовольствием» (или «Буду очень рад», или «Я очень хочу, чтобы у вас получилось»). У меня есть личная поговорка: «Я никогда не отвечаю “нет”, пока не придётся». Это прекрасный

способ отказать кому-то (в том случае, конечно, когда это совершенно необходимо). Если перед вами выбор — что-то делать или не делать, то всегда отвечайте «да»! Жизнь — для того, чтобы жить, а это невозможно, когда вы постоянно говорите «нет». Хотя многие и говорят, что очень важно понимать, когда нужно ответить «нет», на самом деле большинство людей не слишком редко пускаются в приключения и недостаточно вкушают жизнь. Такие люди слишком часто отказываются пробовать и переживать что-то новое. Вы же знаете, что «нет» у вас автоматически заготовлено, готово к пуску. И к тому же оно обосновано сотней причин, почему вы не можете, почему не стоит, почему не хватает на что-то времени. Просто попробуйте пока что отвечать «да» — пока не добьётесь такого успеха, что вам придётся включить слово «нет» в свой обиход и начать управлять своим временем и своими действиями. А пока что пускай слово «да» станет для вас полезной привычкой. Отвечайте «да» своим детям, мужу или жене, клиентам, начальнику, а самое важное — себе самому. Это подтолкнёт вас к новым приключениям, новым решениям и выведет на новый уровень успеха.

Постоянно посвящайте себя делу

Успешные люди постоянно посвящают себя своим начинаниям полностью — и иногда при этом требуется рискнуть всем. Это связано с понятием, которое я уже описывал, — «ставить всё на кон», посвящать себя полностью. Также речь тут идёт и о том, чтобы действовать несколько рискованно и отказываться осторожничать. Неуспешные люди редко полностью посвящают себя какому-то делу. Они вечно говорят о том, чтобы «попробовать», а если и посвящают себя чему-то, то обычно каким-то вредным привычкам и делам. На самом деле всё же есть что-то, чего недостаёт и не хватает: например, способность посвящать себя делу. Слишком уж много существует людей и организаций, которые не посвящают себя бесповоротно своим начинаниям и обязательствам; они не доводят дела до конца. Чтобы добиться успеха, необходимо прекратить прощупывать воду, проверять её температуру, — нужно просто нырнуть! «Посвятить себя чему-то полностью» значит, что невозможно пойти на попятную. Прыгать в воду — хороший пример: когда вы уже решили прыгнуть, то невозможно остановиться в воздухе.

Я всегда предпочту такого человека, который способен полностью себя чему-то посвятить, тому, кто прекрасно образован. Когда кто-то себя чему-то посвящает, это значит, что он полностью отдаётся этому — будь то его должность или положение, какая-то тема или какое-то действие. Успешные люди дальновидны и нацеливаются на те обещания,

которые дали себе и другим, вместо того чтобы смотреть на сопутствующие трудности. Они постоянно смотрят на результат и думают о действиях. Когда я решаюсь добиться успеха (личного, для своей семьи, в каком-то проекте или для своей компании), это значит, что я сделаю всё, что нужно, чтобы сдержать данное слово и воплотить данное обещание в жизнь. Обещания нельзя не выполнять и затем находить оправдания, они не подлежат обсуждению, от них нельзя отказываться, нельзя сдаваться. Решитесь, посвятите себя делу полностью — так, будто вы уже добились успеха, а затем покажите свою приверженность всем тем, с кем (и на кого) вы работаете.

Не останавливайтесь на полпути

Как говорят в организации «Анонимные алкоголики»: «Полумеры ни к чему нас не привели». Члены этого фонда имеют в виду, что невозможно прийти к трезвому образу жизни, если пить — пускай даже чуть-чуть. А в мире успеха и достижений полумеры не приводят ни к чему с точки зрения результатов. Они лишь утомляют того, кто отдаётся этим полумерам. Именно поэтому большинство людей и относится к работе как к какой-то чуме. Лишь те, кто не останавливается на полпути и доводит дело до конца, получают награды, которые на этой работе возможны. Действие не закончено, пока оно не увенчалось успехом. Пока вы не добились, чтобы потенциальный клиент стал клиентом, а возможный инвестор — инвестором, вы не добились полного результата. Мои слова могут показаться вам жестокими, но если вы позвонили клиенту 50 раз и сделка не завершена, то, по сути, можно ему было вообще не звонить. Именно в этот момент большинство людей и становятся рассудительными и поэтому не добиваются успеха. Решите быть совершенно нерассудительным и дойдите до финиша. Не принимайте оправданий! Не идите на компромиссы и уступки!

Думайте лишь о «сейчас»

Для успешных людей есть лишь два времени: сейчас и будущее. Неуспешные люди проводят большую часть своего времени в прошлом, а на будущее смотрят как на возможность отложить что-то на потом. Успешные люди чаще всего действуют прямо «сейчас»; для них именно это время — возможность создать то будущее, которое они хотят, с целью господствовать в своём окружении. Непозволительно делать то, что делают неуспешные люди, а именно выдумывать всевозможные оправдания, чтобы откладывать на потом те дела, которые нужно сделать

незамедлительно. Нет, нужно привить себе самодисциплину, «мышечную память» и добиться результатов — всё это придет, когда вы будете действовать масштабно, в то время как остальные думают, планируют и откладывают на потом. Когда самые успешные из людей действуют сегодня и сейчас, это позволяет им построить будущее таким, каким они его видят. Успешные люди понимают, что необходимо постоянно действовать, и действовать сейчас. Они прекрасно понимают, что нет слаботи хуже, чем откладывать в долгий ящик.

Правило «в 10 раз больше» требует от вас действовать масштабно и прямо сейчас. Все, кто откладывают на потом то, что они могут сделать прямо сейчас, никогда не наберут скорость и уверенность, которые приходят с незамедлительными действиями. Например, как-то раз я сказал своим сотрудникам — даже тем, кто на руководящих должностях, — сделать 50 звонков. Тотчас же я увидел, как паника появилась у каждого на лице — как будто бы это невозможно, поскольку у них так много других дел. Поэтому я им сказал: «У вас полчаса на звонки — поехали!» Затем я пошёл к себе в кабинет и сам сделал 28 звонков за 22 минуты.

В подобных ситуациях нельзя позволить себе откладывать, раздумывать и беспокоиться ни секунды, потому что каждую секунду, когда вы думаете, вы тратите впустую и не действуете! Вы изумитесь тому, сколь многого вы сможете добиться, когда вы прекратите думать, рассчитывать, откладывать и просто возьмётесь за дело и привьёте себе привычку действовать прямо сейчас. Возможно, вам покажется, что вы постоянно импульсивно реагируете, что ваши действия слишком спонтанны и необдуманны; тем не менее, действовать станет для вас привычным. Действие необходимо, и нет более ценного времени, чем сейчас. Пока другие думают, как что-то выполнить, вы уже завершите дело. Тот человек, который продолжает действовать с бóльшим постоянством, чем другие, просто усовершенствует свои навыки из-за необходимости выживать и приспособливаться. Натренируйте себя действовать и завершать дела сейчас, а не потом. Я вас уверяю, что объём действий сам по себе быстро повысит качество вашей работы, а это поможет вам действовать с большей уверенностью и убеждённостью.

Будьте мужественны

Мужество — это то умственное или же духовное качество, которое побуждает людей смотреть в лицо опасности, несмотря на страх. Редко бывает, что кто-то полон храбрости или что кого-то считают мужественным до того, как происходит событие, которое побуждает человека действовать мужественно. Скорее наоборот — людей считают таковыми

потому, что они действовали, презирая страх. Ни солдаты, ни герои никогда не говорят, что они храбрые, до того, как справятся с трудностями и препятствиями. Они-то как раз думают, что просто делают то, что должны делать в тот миг.

Очень часто можно заметить, что у людей успеха есть некоторое чувство спокойствия, некая аура уверенности и убеждённости, быть может, даже чуточка заносчивости. Не спешите думать, что они отличаются от вас с рождения, и поймите, что они приобрели эти качества в результате действий. Чем чаще вам будет удаваться делать то, что вас чуточку пугает, тем больше вас будут нарекать мужественным и тянуться к вам. Мужество приходит к тем, кто действует, а не к тем, кто думает, ждёт, размышляет и беспокоится. Есть лишь один единственный способ отшлифовать в себе это качество — действие. Да, можно обучаться и тренироваться, можно повисить свои навыки и свою уверенность, но само мужество появляется только в результате *действия* — и особенно когда вы делаете то, чего боитесь. Кому интересно вести дела с тем человеком и его поддерживать, который без особого сопротивления отступает перед своими страхами? Кто же захочет инвестировать в проект, если те, кто его представляют, действуют неуверенно и немужественно?

Недавно у меня брал интервью человек, который спросил меня: «Разве Вас вообще ничего не пугает?» Я удивился этому вопросу, потому что я знаю, что испытываю страх. Наверное, кажется, что у меня его нет, потому что я действую на четвёртом уровне действий, и, вне сомнения, вы можете поступать так же. Наступайте, господствуйте и нацеливайте своё внимание на будущее, повторяйте свои действия снова и снова — и у вас будет больше мужества. Почаще делайте то, что вас пугает, и это будет пугать вас всё меньше и меньше, а затем станет столь привычным, что вы будете удивляться, почему вы вообще этого когда-то боялись!

Радуйтесь изменениям

Успешные люди очень любят изменения, в то время как неуспешные делают всё, что только можно, чтобы ничего не менялось. Но разве можно добиться успеха, если вы стараетесь удержать всё на своём месте? Это невозможно. Хотя никогда не стоит менять то, что работает, всегда стоит искать, как улучшить свою деятельность. Успешные люди всегда держат ухо востро — им небезразличны новые изобретения и открытия. Они специально ищут возможные предстоящие изменения на рынке и радуются им, а не отвергают. Успешные люди наблюдают за тем, как меняется мир, и затем используют это, чтобы улучшить свою деятельность и получить ещё большее преимущество. Они никогда не держатся

на плаву лишь на вчерашних успехах. Такие люди понимают, что нужно продолжать приспосабливаться, или они больше не будут побеждать. Изменениям не нужно противостоять — наоборот, они должны постоянно вдохновлять вас. Компания Стива Джобса, Apple, — это прекрасный пример. Он меняет свои товары, и конкуренты не успевают догнать его, а клиенты не успевают пресытиться. Готовность к переменам — отличное качество для успешных людей.

Придумайте верный подход, и за дело

Успешные люди знают, что они могут точно определить, что работает, а что нет, в то время как неуспешные люди думают только об «усердной работе». Верным подходом может быть провести кампанию по связям с общественностью, чтобы несколько «смягчить» рынок, или, возможно, предоставить покупателям наилучшее решение чего-то. А может, это значит побудить руководителей связываться с самыми влиятельными людьми, нанимать самых лучших сотрудников или же находить наилучших первоначальных инвесторов. Каким бы ни был этот метод или подход, успешные люди не думают понятиями усердной работы (хотя, конечно же, они готовы работать усердно). Нет, они придумывают, как работать смекалисто, находят и применяют верный подход и именно так и действуют в разных ситуациях, пока не добьются успеха. Неуспешные люди всегда считают работу тяжёлой и неприятной, потому что они не уделяют достаточно времени тому, чтобы усовершенствовать свой подход и облегчить свою жизнь. Первые три года моей жизни в качестве продавца были тяжёлой работой, а результаты мои были неустойчивыми — в лучшем случае. Затем я приверженно посвятил два года и не одну тысячу долларов тому, чтобы усовершенствовать свой подход, и продажи перестали быть «работой»!

Успешные люди вкладывают время, усилия и деньги в самосовершенствование. В результате они думают не о не том, как тяжело работать, а о том, какие отличные результаты. Когда вы побеждаете потому, что отточили свой подход, ваше дело уже покажется вам не работой, а достижением успеха. И нет ничего «слаще» побед и успеха.

Поднимайтесь над общепринятыми идеями

Успешнейшие из успешных не просто принимают изменения, но и бросают вызов традиционным общепринятым идеям. Подумайте о компаниях Google, Apple и Facebook: перед вами примеры компаний,

которые бросают вызов обычному и привычному и изобретают новый подход к делу. Они поднимаются над тем обыкновенным, которое уже и так работает, чтобы найти более высокий уровень. Успешные люди стараются сами создавать традиции и обычаи, а не следовать тому, что есть. Не будьте узником общепринятого мышления. Придумайте, как лучше всего воспользоваться традиционным мышлением, которое ограничивает остальных.

Успешных людей называют «лидерами мышления» — они творят будущее своим передовым мышлением. Когда я открыл свою первую компанию, то заложил в неё фундамент новизны. Я отталкивался от того, чтобы порвать с «устаканившимися» принципами, которые давно уже царили в той конкретной сфере, и показал людям в этой области, как можно лучше обслуживать клиентов. По-настоящему успешных людей не интересует, как что-то делалось «испокон веков», им интересно найти новый и лучший подход. Они думают о том, почему же автомобили, самолёты, газеты и жильё так мало изменились за последние 50 лет, и пытаются придумать, как создать новые рынки. Предупреждение: такие люди также умеют и сохранять уже существующую структуру своей компании. Но в то же время они не боятся оспаривать привычные идеи и внедрять новые товары на рынок. Они не предлагают что-то менять ради самого изменения, а делают это ради того, чтобы разработать более качественные товары, выйти на новый уровень отношений с людьми и создать более благоприятное окружение. Успешные люди готовы бросать вызов обычаям, чтобы найти новые и лучшие пути для достижения своей цели и своей мечты.

Будьте целеустремлённым

Цель — это какое-то желанное достижение, обычно нечто ещё пока не достигнутое, но нужное человеку или компании для того, чтобы двигаться вперёд. Успешные люди очень целеустремлённы и всегда уделяют больше внимания цели, чем препятствиям. Кажется, что они не подвластны законам вселенной, потому что у них такая приверженность цели и целенаправленность. Слишком уж многие тратят больше времени на то, чтобы спланировать покупки в магазине, чем на то, чтобы поставить самые важные в своей жизни цели. *Если вы не будете постоянно стремиться к своим целям, то вся ваша жизнь уйдет на то, чтобы воплощать цели других — особенно тех, кто целеустремлён.*

Для меня цели невероятно важны. Каждый мой день начинается с того и заканчивается тем, что я записываю цели, а затем просматриваю их. Каждый раз, когда я проигрываю или сталкиваюсь с барье-

рами, я беру блокнот и записываю цели снова. Это помогает устремлять моё внимание в будущее на стремления и на цели, которых я хочу достигнуть, и не позволяет мне погружаться в нынешние трудности. Способность не упускать цель из виду и нацеливаться на достижение этой цели просто *необходима* для успеха. Хотя я, конечно, и думаю о настоящем, большинство внимания я стараюсь направлять дальше и шире — на мои цели, а не просто на то дело, которым я занимаюсь прямо сейчас.

Выполняйте свою миссию

В то время как неуспешные люди всю свою жизнь мыслят категориями труда и рабочего места, успешные люди подходят к своим действиям так, будто они миссионеры, а не просто делают какую-то «работу». Успешные сотрудники, работодатели, предприниматели, те, кто меняет рынок, смотрят на свои каждодневные дела как на часть более важной миссии, которая приведёт к важным переменам. Они всегда думают масштабно, метят выше других и всё время берут на прицел какую-то высочайшую задачу. Пока вы не начнёте подходить к своей работе так, будто вы выполняете миссию, она навсегда так и останется «всего лишь работой». К каждому вашему действию и начинанию надо относиться так ревностно, будто это навсегда изменит мир. Пускай все ваши звонки, электронные письма, визиты клиентам, встречи, презентации, все ваши рабочие дни в компании будут для вас не работой, а призванием, которое прославит вас навсегда. Пока вы не начнёте именно так относиться к делу, вы на всю жизнь застрянете на каком-то рабочем месте как в ловушке — да и вряд ли такая работа принесёт вам удовлетворение и чувство самореализации.

Стремитесь к высокой мотивации

Под мотивацией подразумевается действие или поступок, которые побуждают кого-то что-то делать, либо же само состояние, когда кто-то готов действовать. Для того чтобы добиться успеха, необходимо, чтобы у вас было вдохновение, стремление и побуждение действовать. Хотя определение слова «мотивация» и говорит о том, что действие происходит по какой-то причине, на самом деле анализ успешных людей ясно показывает, что именно их целеустремлённость и наличие собственной миссии дают толчок их действиям на высочайшем уровне. У неуспешных людей низкий уровень мотивации, они блуждают в своих мыслях и действиях, и у них нет ясной чёткой цели. Понятно, что мотивация вы-

сокого уровня необходима как для действий в стиле «в 10 раз больше», так и для настойчивости.

Это не то вдохновение, которое приходит на несколько часов, на день или на неделю. Нет, эта мотивация основывается на том, что вы делаете *каждый день*, чтобы побуждать себя к действию и вдохновлять себя не останавливаться. Очень успешные люди постоянно ищут и находят причины, которые бесконечно подталкивают их добиваться всё нового уровня успеха. Возможно, поэтому успешные люди никогда не бывают удовлетворёнными. У них постоянно есть новые стимулы двигаться дальше, и когда они достигают этих новых целей, они снова рожают в себе мотивацию, готовясь к следующему «раунду». Они постоянно жаждут нового уровня действий и новых достижений.

Есть один вопрос, который мне чаще всего задают на моих семинарах: «Как Вы поддерживаете в себе мотивацию?» Какой же ответ? Я постоянно придумываю причины играть. Неуспешные люди не прекращают говорить: «Если бы у меня было то, что у него, я бы ушёл на пенсию». Я ни на секунду этому не поверю. Во-первых, они сами не могут знать, так ли это, потому что не знают, как отреагировали бы на успех. Возможно, и очень даже вероятно, что если бы они добились успеха, то этому бы сопутствовали определённые обязательства и необходимость продолжать продуктивно работать — чтобы не потерять достижения. Мотивация — это внутренний долг человека. Я не могу наполнить вас мотивацией, также как вы не можете вдохнуть её в кого-то ещё. Можно кого-то поддерживать, можно бросать вызов к действию, можно вдохновлять, но настоящая мотивация — самая главная и основная причина — должна исходить изнутри. Я лично поддерживаю её тем, что каждый день ставлю цели, чтобы не терять увлечение. Я думаю о том, что для меня кажется недостижимым — я говорю не только о материальном, но и о достижениях и результатах других, — чтобы моё внимание постоянно было направлено на разные возможности. Любое ваше действие, которое поможет поддерживать высокую мотивацию, очень важно для вашего решения действовать в стиле «в 10 раз больше».

Нацеливайтесь на результаты

Успешные люди ценят не усилия, не работу и не количество потраченного времени — они ценят результаты. Неуспешные люди придают очень большую значимость количеству времени, которое они проводят на работе, и своим попыткам добиться результатов — даже если ничего не происходит. Разница между теми и другими сводится к идее «нерассудительности». Давайте взглянем правде в лицо: важен только резуль-

тат, нравится вам это или нет. Если вы «постараетесь» вынести мусор, но доберётесь лишь до передней, мусор будет продолжать копиться у вас дома и будут неприятности. У вас не получится достигать целей, пока вы не станете совершенно нерассудительным, одержимым результатами и ничем иным. Хватит гладить себя по головке за старания; поберегите награды и похвалы для действительных достижений. Подстёгивайте себя самого, чтобы никому более не приходилось этого делать. Будьте строги к самому себе и не спускайте себе с рук отсутствие результатов — не расслабляйтесь до тех пор, пока вы их не получите. Вне зависимости от того, есть ли трудности, проблемы или сопротивление, успешные люди всегда нацеливаются в первую очередь на результаты, а не на усилия.

Ставьте высокие цели, мечтайте «до звёзд»

Успешные люди метят высоко, а их мечты достигают звёзд. Они не реалисты. Они позволяют толпе быть реалистами и драться из-за остатков. Вот второй вопрос правила «в 10 раз больше»: насколько *масштабны* ваши цели и высоки мечты? Средний класс учат тому, чтобы быть практичными, быть реалистами, а успешные люди думают о том, насколько далеко и широко они могут расширить свои идеи и влияние. Лично я в своей жизни больше всего сожалею о том, что вначале ставил задачи и цели на основании того, что считалось реальным и достижимым, а не на основе радикального мышления космического объёма. Масштабное, высокое мышление меняет мир. Это то, что делает Facebook, Google и Twitter — или следующего игрока — такими, какие они есть. Трезвое мышление, низкие цели и пустяковые банальные мечты просто-напросто не дадут вам нужной мотивации; наоборот, из-за них вы окажетесь прямёхонько посреди толпы, с которой и будете конкурировать. Метьте высоко, действуйте космически, а затем придумайте, как и это превзойти! Читайте всё, что только можно, о достижениях великих людей и компаний. Окружайте себя всем, чем только можно, что вдохновляет вас мыслить масштабно, действовать так же и достигать своего полного потенциала!

Создавайте свою собственную реальность

Успешные люди во многом подобны волшебникам и фокусникам — они не опираются на реальность других. Нет, они решительно строят свою собственную новую реальность, которая отличается от общепринятой. Их не интересует, что другие считают возможным или невозмож-

ным; им интересно лишь сотворить то, что они сами считают возможным. Они никогда не покупаются на то, что нужно вести себя в рамках правил других людей или основываться на их убеждениях, и не подчиняются общепризнанной «реальности». Они хотят создавать то, что им интересно, и не обращают никакого внимания на одобрение толпы, можно сказать, терпеть его не могут. Проведите сами небольшое исследование, и вы увидите, что те, кто по-настоящему добился успеха, создал такую реальность, которой не существовало до его появления. Неважно, говорим мы о продавце, спортсмене, художнике, политике или изобретателе, – величие и мастерство достигается теми, кто даже не думает о том, чтобы быть практичным. Вместо этого такие люди одержимы тем, чтобы создать ту реальность, которую хотят. Создание будущей реальности (как всё будет или может быть), близка она или далека, возможна или невозможна, зависит лишь от творца этой реальности.

Сперва решитесь, а потом решите как

Эта черта успешных людей может сперва показаться нежеланной, даже опасной. Однако она гораздо менее рискованна, чем второй вариант, к которому часто прибегают неуспешные люди. Большинство людей считает, что сперва нужно всё продумать и рассчитать, а потом уже решиться, но получается так, что до этого дело так и не доходит. И даже когда они уже всё рассчитали и готовы решиться, обычно оказывается так, что этой возможности уже нет или что кто-то другой уже присвоил себе трофеи.

Когда вы сперва решаетесь, это означает, что вы на все сто процентов посвящаете себя чему бы то ни было *до того*, как вам станут известны все подробности. Именно это и позволяет небольшим компаниям и предпринимателям-энтузиастам переиграть своих конкурентов, которые крупнее и богаче их. Вчерашние компании-великаны сегодня становятся такими могущественными и тяжеловесными, что очень уж увлекаются своей многоступенчатой структурой управления, и получается, что их персонал большую часть своего времени проводит на собраниях. От этого люди становятся осторожнее и уже неспособны «спустить курок» — решиться на действие — так, как могли раньше, когда рисковали и расширялись. Пускай решиться на что-то, а уж потом решать, «как и что», и бывает «стрёмно», я считаю, что толчок к изобретательности и решению проблем появится только *после того* и эти способности раскроются лишь *после того*, как человек решится на что-то бесповоротно. Хотя подготовка и обучение крайне важны, рынок бросит вам вызов, и нужно будет действовать до того, как вы успеете рассчитать, как сде-

лать так, чтобы всё было хорошо. В жизненной игре выигрывают не обязательно самые умные или сметливые, а те, кто посвящает себя своему делу и начинанию с наибольшим чувством и рвением.

Будьте очень этичны

Многих людей эта тема приводит в замешательство — особенно когда они видят, как «успешные», как кажется, люди попадают в тюрьмы. Что ж, по мне, неважно, какое вы накопили состояние или какого добились успеха: если кто-то попадает в тюрьму, то тотчас же исключается из числа успешных людей. Даже если преступника не поймали, он всё равно преступник и, следовательно, не может быть по-настоящему успешным. У меня есть знакомые, которые ни за что никогда не солгут и не украдут ни копейки. Но я не считаю их этичными, потому что в то же самое время они даже не утруждают себя тем, чтобы выполнить свои обязательства: обеспечивать свою семью финансами, стабильностью и безопасностью, а также быть примером для семьи и друзей. Если вы не работаете каждый день так, чтобы сделать всё, что в ваших силах, для достижения успеха, то вы обкрадываете свою семью и компанию, на которую работаете, и «крадёте» успех из своего будущего. Вы заключили соглашения — они либо высказаны вслух, либо подразумеваются — с женой или мужем, со своей семьёй, своими коллегами, руководителями и клиентами. Чем больше у вас получится добиться успеха, тем лучше вы сможете выполнить эти соглашения. Для меня лично быть этичным не значит просто играть по общепринятым в обществе правилам. Я считаю, что этичность значит ещё и то, что человек сделает то, что *обещал* другим, и будет добиваться этого, пока не получит желанных результатов. Просто приложить какие-то усилия и не добиться результата — неэтично, потому что это просто один из способов лгать самому себе и не выполнять свои обязанности и обещания. Стараться, желать, хотеть, молиться, надеяться — всё это не приведёт вас к цели. Я считаю, что этичные люди достигают желаемых результатов и создают такое количество успеха для себя, своей семьи и своей компании, что они способны пережить любую бурю и преуспеть вне зависимости от любых трудностей.

У меня есть несколько достижений, которыми я горжусь больше всего, и одно из них — то, что я смог выстоять два года в очень сложной экономической обстановке, когда приходилось одновременно справляться с ещё более серьёзными трудностями в жизни. Тем не менее я сумел расширить компанию и обеспечивал свою семью. Если вы делаете что угодно, кроме того, чтобы обеспечить себе долгосрочный

успех, то вы подвергаете всех в своей жизни опасности — в том числе себя самого.

Я сейчас не говорю о категории этики «не воруй денег из кассы», а о более широком понятии: раскрыть все свои способности и достичь своего потенциала, а также выполнить свои явные или же подразумеваемые соглашения. Одно то, что вы согласились быть отцом, мужем, предпринимателем или владельцем компании либо согласились на любую, какую бы то ни было роль, подразумевает, что у вас уже есть определённые обязанности и соглашения. Я считаю, что с моей стороны будет неэтично не воспользоваться во всей полноте всем тем, чем я одарён: моими талантами, природными способностями и моим разумом. Лишь вы сами способны решить, что для вас этично. Но я бы сказал, что если ваши нынешние достижения не соответствуют тому, на что вы, как вам известно, способны, то это дело этики. Самыми успешными среди нас людьми движет этическое обязательство и личная мотивация — сделать нечто важное, что достойно их потенциала.

Думайте о своей группе

Вы преуспеете лишь настолько, насколько преуспеют те, кто вас окружают. Если все вокруг вас больные или работают плохо, если им трудно, то в конце концов вас постигнет то же, что и всех остальных. Например, выплата пенсий сейчас душит правительства городов и штатов, потому что горстки людей интересовались лишь собой и своим положением и не подумали о том, как это повлияет на группу в целом. Такое мышление — «всё для меня», когда кому-то безразлична группа, — в конце концов подрывает и ту самую группу, от которой зависит выживание данного человека. Такой эгоистический подход почти наверняка обеспечивает гибель группы, да и то, что было человеку обещано, может подвергнуться риску.

Благополучие и здоровье всей группы должно быть крайне важным для каждого её члена, и самые успешные люди это понимают. Вы достигнете успеха лишь настолько, насколько его достигнут те, с кем вы общаетесь и ведёте дела. Неважно, какая у вас роль — вы можете быть лидером группы или её части, — но ваш успех будет ограничен способностями тех, кто вас окружает. Это не означает, что успешные люди не интересуются собой; просто это значит, что такие люди понимают, что

* Речь идет о ситуации в США, когда госслужащие добивались — и добились — значительного увеличения и так уже очень высоких пенсий, выплачиваемых из госфондов, что в неблагоприятной экономической ситуации и при снижении госбюджета привело к финансовым проблемам во многих городах и штатах.

нужно прилагать усилия, чтобы помогать окружающим, интересоваться ими, — потому что если у окружающих людей дела идут плохо, то они стянут вниз за собой даже самых богатых. На самом деле, интересоваться тем, что происходит с другими, в какой-то степени «эгоистично» — это помогает и самому человеку. Желательно, чтобы все в вашей команде побеждали и совершенствовались, потому что, скорее всего, это поднимет и ваши способности, и вашу деятельность на новый уровень. Поэтому и стоит всегда делать всё возможное, чтобы поднимать всех остальных в команде до новых высот.

Учитесь без усталости

Статистики в США говорят о том, что самые успешные директора компаний в среднем читают по 60 книг в год и посещают в год более шести семинаров, в то время как средний американец — рабочий или служащий — читает менее одной книги в год и зарабатывает в 319 раз меньше этих людей. СМИ часто обсуждают разрыв между богатыми и бедными, однако они редко рассказывают о том, сколько времени и энергии состоятельные люди посвящают чтению, обучению и вообще самообразованию. Успешные люди находят время для конференций, слётов и чтения. Не было ни одной книги, ни одного аудиокурса, скачанной презентации, вебинара или выступления, из которого я не получил бы хоть какой-то пользы, — даже когда они были «отстойными».

Самые успешные мои знакомые читают всё, что только могут найти. За тридцатидолларовую книгу они берутся так, будто она может принести им миллион. На каждую возможность чему-то научиться, потренироваться они смотрят как на самое верное и надёжное вложение. С другой стороны, неуспешные люди лишь беспокоятся о стоимости книги или семинара и вовсе не думают о том, какую пользу это может им принести. Так что вступайте в ряды успешных людей — тех, которые знают, что их доход и богатство, здоровье и будущее зависят от их способности постоянно стремиться к новым знаниям и никогда не прекращать учиться.

Выходите из зоны комфорта

В жизни каждого успешного человека были такие времена, когда он был готов поставить себя в непростые и неудобные ситуации, в то время как неуспешные люди руководствуются комфортом и удобством во всех своих решениях. Самые важные достижения в моей жизни как раз не были приятными или простыми, и, на самом деле, многие из них заставляли меня нервничать не на шутку. Все из них были непростыми и не-

привычными, пока я не привыкал: переезд в другой город, «холодный» звонок клиенту, встреча с незнакомыми людьми, новая презентация для кого-то или же расширение в новые сферы деятельности или новые области рынка. Очень соблазнительно решить довольствоваться своим окружением, обыкновениями и ежедневными привычками — большинство из них, скорее всего, не помогают вашей миссии. Приятно, когда всё знакомо, но успешные люди готовы оказываться в новых и незнакомых ситуациях. Это не значит, что они всё время что-то меняют просто ради того, чтобы менять, но они понимают, что если чрезмерно привыкать, расслабляться и окружать себя знакомым и уютным, то это приведёт к слабости, «рыхлости», к тому, что человек потеряет свою изобретательность, свои творческие способности и свою жажду лидировать. Так что будьте готовы выходить из зоны комфорта, а также делайте то, что неудобно или некомфортно для других. Это верный знак, что вы на пути к успеху.

Стремитесь к лучшим связям

Если бы я составлял учебный план для школ и университетов, то один из основных курсов как раз бы и назывался, как этот заголовок, и каждый ученик или студент проходил бы его ежегодно. В нём были бы упражнения на то, чтобы ученики или студенты делали то, что вне их зоны комфорта. Успешные люди постоянно говорят о том, чтобы находиться рядом с людьми, которые умнее, сообразительнее и изобретательнее их самих. Маловероятно, что вы услышите от успешного человека такое: «Да, я добился успеха потому, что окружал себя себе подобными». Однако обычные люди чаще всего общаются с теми, кто мыслит и думает как они, или даже с теми, кто вносит ещё меньшую лепту и способны на ещё меньшее.

Привейте себе привычку всегда стремиться выше во всех отношениях — быть рядом с теми, у кого связи лучше ваших, кто более образован и даже более успешен. Такие люди могут поделиться гораздо большим, чем те, кого вы считаете «равными». Данная привычка успешных людей связана и с другими чертами: готовность меняться, бросать вызов обыкновениям, развиваться и вообще делать то, что другие и представить себе не могут. Стремитесь, тянитесь вверх — никогда не горизонтально и уж *точно никогда* не вниз! Когда вы принимаете решения, то нужно думать так: какой вклад, какие шаги, какие действия, как ничто иное, помогут вам выполнять свои этические обязательства — создавать успех для себя, своей семьи и своей компании. Воплотите вы свои цели или нет, очень сильно зависит от того, кем вы себя окружаете. Не

нужно тянуться «горизонтально» — к равным и подобным себе. Нужно стремиться вверх, а для этого надо общаться с более серьёзными игроками, мечтателями, изобретателями и мыслителями. Те, у кого чёрный пояс, не учатся новым приёмам у людей с белым поясом. Да, они могут вспомнить какие-то основные принципы, но человек с белым поясом не поможет мастеру боевых искусств с чёрным поясом получить красный. Невозможно стать первоклассным игроком в гольф, если играть с любителями. Нужно общаться и работать с теми, кто лучше вас, — только так вы можете сами стать лучше.

Будьте дисциплинированы

Не забывайте — речь идёт не просто о деньгах. Мы говорим об успехе во всех сферах жизни, и если вы хотите этого добиться, то нельзя «разбавлять» свою самодисциплину. Дисциплина — это такое поведение, когда человек придерживается порядка и следует правилам. Дисциплина — это именно то, что позволит вам получить то, что вы хотите, и для игроков в игру «в 10 раз больше» она просто необходима. К сожалению, для большинства людей их дисциплина — это их плохие привычки, а не те десятикратные действия (да, непростые и не всегда приятные), которые нужно повторять снова и снова.

Дисциплина — это ваш инструмент, чтобы завершить дела в какой-либо деятельности и сделать так, чтобы эта деятельность стала вашей привычкой и обыкновением, как бы неприятна она ни была в начале. Если вы хотите когда-либо добиться успеха и сохранить его, вы должны определить, какие привычки полезны, дисциплинировать и себя самого, и вашу группу (смотрите черту 28) и повторять эти действия снова и снова.

Если вы обнаружите, что у вас есть не все вышеописанные черты и привычки или если вы видите, что у вас есть большинство из них большую часть времени, но иногда вы чуточку соскальзываете, — не беспокойтесь. Я предполагаю, что большинство читателей этой книги не проявляет каждую черту *постоянно*. Не забывайте об этом списке, знайте, что он есть, держите его при себе и примите для себя новое решение: «Эти черты будут не просто какими-то действиями, а станут неотъемлемой частью меня и моего характера». Хотя я лично и не действую по всем правилам успеха каждую секунду, я стараюсь следить за тем, чтобы большую часть времени вести себя так, как успешные люди.

* В некоторых школах боевых искусств (например, в определённых стилях карате и в бразильском джиу-джитсу) именно красный пояс — венец мастерства. Поэтому если человек с чёрным поясом получает красный, то в данном случае он поднимается.

что нужно сделать *всё, что потребуется*, чтобы достичь моих целей. Я не организатор и не руководитель, и не могу сказать, что прекрасно планирую. Я понимаю, что моя черта — незамедлительно браться за дело без собраний и без чрезмерно тщательного анализа ситуации — одновременно мне и помогает, и мешает. Мои знакомые вам, скорее всего, скажут, что когда я берусь за какое-то начинание — пишу новую книгу, создаю новую программу семинаров, разрабатываю новую услугу, начинаю новую программу физических тренировок, решаю улучшить свой брак или же провожу с дочерью время, — я берусь за это *полностью и окончательно*. Я посвящаю себя этому целиком, решаюсь бесповоротно, становлюсь «голодной собакой, которая бежит за грузовиком с сырым мясом». Я неплохо знаю сам себя, и когда я что-то предпринимаю, то отношусь к этому совершенно нерассудительно и действую до тех пор, пока не добиваюсь тех результатов, которых хочу. Я не придумываю сам себе оправданий и не позволяю другим их придумывать.

«Сейчас» означает именно сейчас, а не через минуту. Начните с самого основного: составьте изначальный список своих целей, а затем список действий, которые дадут вам толчок в нужном направлении. А затем *не* пускайтесь в ненужные размышления и начинайте выполнять эти действия. Вот о чём стоит не забывать в самом начале:

- Когда вы будете записывать свои цели, не занижайте их.
- Не зацикливайтесь на подробностях; как достичь целей — это потом.
- Спросите себя: «Что я могу сделать сегодня, чтобы приблизиться к своим целям?»
- Выполните те действия, которые вам пришли в голову, — неважно, что это за действия и что вы при этом ощущаете.
- Не оценивайте преждевременно результаты своих действий.
- Каждый день уделяйте внимание этому списку.

Когда вы будете делать первые шаги на пути «в 10 раз больше», возможно, вы почувствуете себя несколько перегружено и растерянно. Может получиться и так, что вам захочется убедить себя отложить действия. Не поддавайтесь соблазну ждать; вы же знаете, что откладывать — не работает. Представьте себе, что ваша машина застряла в грязной луже. Вам нужно, чтобы колёса хоть чуть-чуть зацепились, чтобы вы могли сдвинуться на пару сантиметров, и затем вы уже сможете выбраться. Возможно, потребуется запачкаться, но лучше так, чем сидеть в луже.

Я уже писал о том, что нужно осторожно относиться к так называемым «советам», которые ваши близкие и друзья дают вам, потому что они вас любят, потому что вы им дороги. Многие из них скажут вам, что они не хотят, чтобы вы «нереально» смотрели на вещи, а потом разоча-

ровывались. Образ мышления, слова и выражения обычных людей, даже если это ваши любимые и близкие, всегда одинаковы: «будь осторожен, не рискуй, не будь непрактичен, успех — это не всё, довольствуйся тем, что есть, нужно радоваться жизни, деньги не приведут к счастью, не желай слишком многого, расслабься, ты неопытен, ты слишком молод, ты слишком стар» — до бесконечности. Когда вы слышите подобные мысли и слова таких обычных людей, поблагодарите их за советы. А затем напомните им, что вы хотите, чтобы они поддерживали вас в достижении цели, и дайте им понять, что уж лучше вы решитесь достичь своих целей и воплотить свои мечты — и разочаруетесь, чем не решитесь на это никогда и разочаруетесь от этого.

Позвольте привести вам пример из моей жизни — того, как я применял подход «в 10 раз больше» в то время, как писал эту книгу. Вы поймёте из этой истории, как мне удалось применить многие черты характера успешных людей, чтобы достичь поставленных целей — и даже добиться большего, чем то, что я изначально запланировал. Ещё до того, как я написал прошлую книгу, «Если ты не первый, ты последний», я понял, что, хотя я постоянно предпринимал в жизни масштабные действия, мне нужно было начать думать с размахом в стиле «в 10 раз больше». И я решил проверить своё правило «в 10 раз больше», пока писал книгу. Я переписал свои цели, чтобы они соответствовали десятикратному мышлению, и понял, что одна из моих целей — чтобы моё имя символизировало собой обучение продажам. Мне хотелось, чтобы я был первым, о ком думают люди, когда задумываются об обучении продажам, стратегиях в продажах — обо всём, что относится к этой теме. Когда я писал «Если ты не первый, ты последний», я отталкивался именно от этой идеи — господства в своей сфере. И теперь у меня была новая и масштабная цель, но не было ни малейшего понятия о том, как её достичь. Однако я знаю, что, если бы я прервался и стал думать о том, «как» этого добиться — до того как полностью решиться и посвятить себя именно этой цели, — я бы никогда не начал действовать. Я бы, скорее всего, тотчас же решил, что это невозможно.

Как только я прояснил для себя цель верного масштаба и решил не обременять себя ненужными техническими деталями и мелочами — «как что-то сделать», — я позволил самой цели и её масштабу определить, какие же действия будут соответствовать ей и её размаху. Мне думалось, что достаточно высокая цель сама по себе приведёт меня к верным действиям. У меня была небольшая «хитрость» — я задавал себе нужные вопросы, как например: «Что мне нужно сделать, чтобы именно я был лидером, чтобы *именно моё имя* было у людей на уме, когда они думают о продажах?» И тотчас же я стал записывать идеи

в целом, испытывали на себе самый сильный спад в экономике, который случался в моей жизни. Мои клиенты (компании) сокращали свой персонал на 40 процентов. Мой самый серьёзный конкурент распустил половину своих сотрудников, а несчётное количество других компаний забивали двери в буквальном смысле слова. Рушились компании, и даже целые сферы деятельности были на грани исчезновения. Всем было страшно, но я не забывал об одном важном принципе: самые успешные люди расширяются, когда остальные сокращаются и сужаются. В то время как все остальные экономят, люди успеха рискуют. Поэтому вместо того, чтобы сокращать персонал или ограничивать наше расширение, я отказался от своей собственной зарплаты — те деньги, которые я обычно платил себе, я перенаправил на то, чтобы финансировать наше десятикратное расширение.

Несмотря на то, что на всех фронтах были всяческие трудности, как никогда, я делал всё, что только мог, чтобы не потерять из виду цель. Было непросто, и не было гарантии, что мы добьёмся успеха, но я делал всё возможное, чтобы напоминать себе, что мы можем преуспеть. Чем больше я посвящал себя цели, тем с большими трудностями я сталкивался. У меня было впечатление, что сама вселенная проверяет меня на прочность и на приверженность цели. Мои агентства по связям с общественностью находили мне одно мизерное интервью в месяц, банки требовали всё больше и больше денег, а зарплату я больше не получал (конечно, это было моё решение, но всё равно было трудно!). Было непросто, но меня радовала моя жена и наши отношения, а также моя дочка, которая вот-вот должна была появиться в этом мире, а моя страсть и вера в свою настойчивость и способность работать не давали мне скиснуть. Я был влюблён в свою «десятикратную цель» и знал, что она поможет не только мне, но и всему миру, который должен узнать о новых методиках и техниках. Всё сводилось не просто к личному успеху — у меня была миссия помочь людям. Во всем мире была очень плохая экономическая ситуация. А я верил в то, что моя цель достаточно высока и мощна, чтобы по-настоящему поднять планку — не только для меня лично. Я считал, что эта — пускай рискованная — возможность расширяться была важнее и ценнее той энергии и тех денег, которые я тратил. *Цель должна быть ценнее того, чем вы рискуете, — иначе вы выбрали неверную цель.*

Итак, я решительно двигался к цели: справился со своим страхом, превратился в «умалишённого» по отношению к цели и продолжал действовать всё больше и больше во всём. Мне были неподвластны связи с общественностью, телеканалы и издательства, так что я начал трудиться над тем, что было мне подвластно. Я рассказывал о нас и о нашей

цели везде, где только мог, и наконец-то стали появляться результаты.

Нам стали звонить и просили выступить на радио и даже дать интервью на телевидении. Как-то утром мне позвонили с радиостанции CNN Radio и попросили дать интервью о крахе фирмы Fannie Mae — конечно же, я согласился. Меня попросили приехать на радиостанцию в половине четвёртого утра на следующий день и обсудить проблемы людей, у которых отбирают дома за неуплату ипотеки. Я ответил: «Да, конечно — я к вашим услугам!» Также я помню, как мне позвонили агенты по связям с общественностью и спросили, могу ли я рассказать о контракте баскетболиста Леброна Джеймса и о том, как этот контракт повлияет на баскетбол вообще. Я ответил, что могу, и направился на студию телеканала NBC. За десять минут до того, как я туда прибыл, мне позвонили и сказали: «Тема изменилась, и надо обсудить отношения между Ливаем Джонстоном и его возможной будущей тещей — политиком Сарой Палин». Я ничего не знал про Ливая Джонстона, но всё равно дал интервью. Мне была неважна тема — я просто хотел, чтобы эти станции знали, что на меня можно рассчитывать, что я не подведу их и выступлю так, как им нужно. Я напомнил себе, что моя цель — это не давать интервью на канале CNBC и не обсуждать Ливая, а привлечь к себе мировое внимание, чтобы, когда думают о продажах, думали обо мне. Несмотря на то, что всё это внимание со стороны телеканалов и радиостанций не приносило мне денег, оно приносило мне нечто более важное — известность.

Затем мы сделали наисильнейший рывок в социальных сетях. Мы надавили так сильно, что клиенты, друзья и даже мои сотрудники жаловались, что я посылаю слишком много писем и вывешиваю слишком много комментариев. Вместо того чтобы снизить количество электронных писем и комментариев в социальных сетях, я увеличивал его до тех пор, пока жалобы не превратились в восхищение. Моё разочарование в кампаниях по связям с общественностью переросло в то, что мой календарь оказался переполнен (это лишь одно проявление того, как мои масштабные действия создали новые проблемы).

Я продолжал свою охоту на телепередачу: пытался назначать встречи с театральными агентами, с руководителями, с представителями больших и маленьких агентств — но даже маленькие фирмы не хотели со мной встречаться. Я пообщался с друзьями в Голливуде, у которых был опыт работы с телеканалами, но которые на протяжении вот уже не одного года безуспешно пытались продать своё собственное реалити-шоу. Я открывал эту новую для себя территорию и в то же время продолжал подкидывать дров в то, что было мне подвластно: выступления, звонки клиентам, электронные письма, социальные сети, статьи и мои обычные действия в бизнесе. Каждый раз, когда я разочаровывался или

сталкивался с барьерами, каждый раз, когда меня что-то сдерживало или заставляло отступить, я снова записывал свои цели. Это не давало мне забывать о месте назначения и позволяло не думать столько о трудностях. Я никогда не забывал о том, что успешные люди держат свои задачи и цели на прицеле, с чем бы они ни сталкивались.

Затем как-то раз мне позвонил актёрский агент из компании в Нью-Йорке и сказал мне: «Мы заметили один из Ваших роликов на YouTube и считаем, что Вы прекрасно подойдёте для телепередачи. Мы искали кого-то вроде Вас, но не могли найти верного человека». Что я ответил? «Я и есть тот верный человек. Почему вы так долго меня разыскивали?». Потом я узнал, кто отвечает за проект, позвонил ему и сказал, что по совпадению я как раз буду в Нью-Йорке на выходных — видите, я тотчас же посвятил себя проекту. (Да, кстати, я не планировал никакой поездки в Нью-Йорк до этого звонка. Однако я как раз намеревался пообщаться с кем-нибудь про телепередачу — интересно, как всё получается, не правда ли?) Продюсер ответил, что он с превеликим удовольствием познакомится со мной, тогда я сообщил ему, что буду у него в конце недели, и завершил разговор.

Я не терял времени впустую и тем самым показал продюсеру, что готов действовать и жажду, чтобы всё получилось, что я готов себя этому посвятить и мне не нужны «все данные». Помните: успешные люди сперва посвящают себя чему-то, а потом уже думают, что к чему. Кто-то, быть может, и скажет, что с моей стороны было необдуманно хвататься за эту возможность и утверждать, что я буду в Нью-Йорке в течение недели. Но я сам хозяин своего расписания, и я могу назначать что угодно и когда угодно. А поскольку я полностью посвятил себя личному успеху и считаю его своим долгом, то я решил занести нью-йоркскую поездку в своё расписание. Мне не нужен личный помощник или компьютер, чтобы определить, какое у меня будет расписание. Создавайте себе всевозможные преимущества, а вашему потенциальному партнёру создайте «все возможные возможности», чтобы дело двигалось вперёд. Прочь излишнее время, ненужные неуверенности и сомнения. Вы отвечаете за то, чтобы все в вашей жизни разыгрывали один и тот же сценарий. Если происходит что-то хорошее, что-то, чего вы хотели, то не нужно добавлять в решение фактор времени, расспрашивать о чём-то или проверять своё расписание. Это лишь снизит вашу скорость и динамичность. Всегда будьте готовы к успеху, потому что, когда появится ваш шанс, его нужно поймать и не упустить!

Как только я поговорил с продюсером, я позвонил своей помощнице и попросил её организовать поездку в Нью-Йорк. Она сообщила мне, что у меня уже есть в это же самое время дело, которое нельзя отме-

нить. *Новые проблемы — ура!* Я тотчас же снова взял трубку (стратегия «делай дела сейчас») и воспользовался этой проблемой, чтобы ещё раз пообщаться с моим совсем недавним знакомым и обсудить эту новую возможность (удовлетворённость клиентов или поиск клиентов?). Я позвонил в Нью-Йорк и сказал ему, что у меня не выйдет прилететь так скоро, как я предполагал, и предложил новое время. Интересно, что им этот день тоже был удобнее. Я полетел в Нью-Йорк за свои деньги (будьте готовы рисковать) и понятия не имел, как мне себя вести (ну и что?). Когда я прибыл, то узнал, что владелец компании на другой встрече и занят. Я убедил своего знакомого, чтобы он попросил владельца уделить мне всего лишь 10 минут личного времени (будьте нерассудительны). Я стал искренне просить его охранников и секретарей: «Ребята, я прошу меньше времени у вашего начальника, чем потратил в очереди в аэропорту на то, чтобы пройти контроль безопасности: мне нужно всего лишь 10 минут, чтобы объяснить свой замысел телепрограммы». Нехотя владелец согласился встретиться, но через пять минут я видел, что он уже очень проникся идеей. Он уделил мне час, и я понял, что он будет стоять за меня горой, если будет нужно. Когда я был уже в дверях, он сказал мне: «Я поддержу любого, кто так сильно верит в свою идею и так ясно знает, чего хочет». А затем это агентство решило предлагать нашу передачу телеканалам.

Вскоре после этой поездки мне позвонило ещё одно местное агентство в Лос-Анджелесе, которое сотрудничало с продюсером разных реалити-шоу Марком Бернеттом. Они попросили меня выступить на передаче Джоан Риверс под названием «Как это вы так разбогатели?» (мне это казалось чуть нелепым, потому что я не считаю себя особо богатым). Но, конечно же, я согласился выступить на передаче. Прямо перед тем, как ребята с программы Джоан Риверс пришли ко мне, чтобы отснять эпизод, компания в Нью-Йорке также послала свою команду, чтобы провести со мной интервью и собрать нужные данные для телеканалов. Когда интервью закончилось, я позвонил своим друзьям-приятелям в Нью-Йорке и рассказал им о своих впечатлениях: «Интервью прошло удачно, но это точно не убедит их проводить передачу. Мне нужно лично встретиться с главами киностудий, чтобы самому убедить их снимать передачу, либо нужно заснять на кинокамеру, как я в реальной жизни прихожу в компанию и поднимаю её продажи». Мне ответили, что «обычно они такое не снимают» до тех пор, пока сами каналы этим не заинтересуются. Я объяснил своим знакомым, что интервью было слишком слабым и что очень нужно заснять небольшой фильм, который объяснил бы представителям каналов, что эта телепрограмма будет не обо мне лично. Нужно было дать им понять, что это будет программа, интересная

и полезная для всех, что мы наглядно покажем людям, как достичь успеха в любой компании, в любом городе и к тому же во время наихудшего за 100 лет спада в экономике.

Я продолжал посылать обеим компаниям новые данные, чтобы подкидывать дров в огонь. Я был в Лас-Вегасе на слёте (занимался своим основным бизнесом) и заметил, как там съёмочная команда что-то снимает. Я рассказал ребятам, чего я хотел добиться своей телепередачей, и объяснил, что мне надо послать моим партнёрам в Нью-Йорке трёхминутный фильм. Я попросил их записать импровизированный ролик с моим участием, чтобы привлечь внимание партнёров. Я сказал этим ребятам, что если всё удастся, то они будут знать, что помогли мне воплотить в жизнь мою задумку телепередачи. К моему удивлению, они согласились.

Затем мы записали трёхминутный ролик под названием «Правда вам не по зубам» — его можно найти в YouTube под английским названием «You Can't Handle the Truth». Ребята оказались очень обходительными и записали копию для меня лично, чтобы я мог послать ролик в обе компании, а компании пришли в восторг от этого ролика. Ролик не давал им забыть меня и побуждал их продолжать работу над моей целью, телепередачей. Из-за этого ролика компания в Нью-Йорке даже решила предложить программу нескольким телеканалам, а не только одному.

Моя решимость двигать мяч к воротам начинала разжигать и их решительность и азарт. Я всё время подкидывал дров в свой костёр и уж точно выходил за границы стандартов и норм общества. Скажу вам честно: в большинстве случаев я не знал, что делать и как себя вести (мужество приходит с действиями). Я знал только то, что мои действия служили достижению более высокой цели. Мне было страшно, я беспокоился о вложенных деньгах, и на протяжении всего этого времени я боялся, что мне откажут, но я также знал, что создаю совершенно новые проблемы, и, конечно же, это означало, что некоторые мои ходы были верны.

Следующим знаменательным событием было, когда Джоан Риверс приехала ко мне домой, чтобы отснять эпизод своей телепрограммы с моим участием. Конечно же, я рассказал ей о своей задумке телепрограммы, и она дала мне имена людей, которые ставили её передачу. Тогда я применил тактику «стремитесь в отношениях вверх, а не горизонтально и не вниз». Я позвонил в компанию в Лос-Анджелесе и попросил их со мной встретиться, чтобы предложить и «продать» им эту идею — на случай, если вдруг у нью-йоркских ребят не получится довести дело до конца. Не забывайте: никогда не прекращайте подбрасывать дров в огонь и действовать, что бы ни делали остальные.

Телеканалу в Лос-Анджелесе понравилась моя идея, и также не помешало то, что продюсеры уже видели моё выступление в программе Джоан Риверс. Изначально у меня просто была идея и почти никакой поддержки, а теперь не одна компания, а уже две думали о том, чтобы снимать мою передачу. Когда я ехал на киностудию «Парамаунт», меня одолевала неуверенность в себе, я только и думал: «Они согласились со мной встретиться только потому, что им неудобно отказаться. Даже и не смей думать, Грант, что ты можешь всё время вести себя уверенно и спокойно». Я действительно чуть ли не отменил встречу в «Парамаунте» по дороге, потому что думал, что всё это потеря времени, но тут включилось моё чувство долга. Да, я, конечно, боялся, и не знал, ни что делать, ни что говорить, ни как себя вести, но я всё равно выполнил задуманное. Мне пришлось вспомнить, что эмоции переоценивают и что у этого чудовища (страха) задача — остановить меня и придавить. Взгляните снова на все те успешные приёмы, которые я здесь описываю, потому что именно ими я и руководствовался, и то же стоит делать и вам.

Как только я познакомился с представителями компании, меня поразило, что они сами не пожалели времени и придумали свой собственный вариант телепередачи со мной. Все мои страхи о том, что я им неинтересен, были совершенно необоснованны — как и большинство страхов вообще. Осведомившись обо мне, сотрудники обеих компаний (из Нью-Йорка и Лос-Анджелеса) прокомментировали: «Такое впечатление, что ты везде» (вездесущность).

Несмотря на то, что в тот миг мне очень хотелось забраться на крышу и от радости закричать «ура!» на весь мир, я знал, что нельзя чрезмерно радоваться и не время праздновать. Надо было не отпускать личную ответственность за ситуацию и результат, продолжать действовать и проталкивать всё дальше. Я не стал ждать, пока одно или оба агентства сделают мне предложение, а вместо этого начал обзванивать различные магазины, чтобы найти список тех, кто хотел бы попасть в мою новую программу (да, кстати, телепрограммы пока что ещё и не было). На самом деле обычно это работа киностудии, но дело было в том, что 1) пока не было конкретной сделки и киностудии, 2) я терпеть не могу ждать и 3) я хотел довести всё до такого состояния, чтобы никто уже не мог отказаться. Как вы думаете, действовал ли я слишком настырно и неприемлемо для общества? Нарушал ли я общепринятые правила? Мог бы кто-то обидеться? Конечно! Послушайте, если бы эти компании мне отказали, им бы всё равно было совершенно безразлично, чем я там занимаюсь!

Интересно, что, когда я и мои сотрудники стали звонить в разные компании, чтобы узнать, не хотят ли те поучаствовать в телепередаче,

они не только соглашались, но заодно и спрашивали нас, чем мы можем им помочь до того, как начнётся программа. У нас появилось много новых клиентов просто потому, что мы обзванивали компании. И тогда я сообщил агентству в Нью-Йорке, что я набираю компании, которые мне интересны для участия в телепрограмме. Продюсеры сказали мне «расслабиться и не спешить», на что я ответил: «Я могу вам пообещать, конечно, но я же всё равно этого не сделаю». Зато результатом нашей беседы было то, что агентство в Нью-Йорке согласилось отснять рекламный эпизод. Все были одного мнения — что салон по продаже мотоциклов Harley Davidson будет лучшим вариантом: наглядно и сюжет будет преинтересным. После двенадцати звонков мы нашли компанию, которая согласилась, но не было ещё чёткого решения из Нью-Йорка. Однако, когда я сказал Нью-Йорку, что у меня есть идеальная компания и она готова, они уже не могли отказаться и согласились прислать съёмочную группу, чтобы поработать со мной пару дней. (Поймите — когда вы продолжаете двигаться вперёд, то что-нибудь да случится.)

И вот нужно снимать телепередачу, а у меня нет опыта, нет сценария, нет никаких записей, я не готовился и даже понятия не имел, что мы на самом деле будем там делать, но зато я был близок к тому, чтобы сниматься в самом крупном мотосалоне компании Harley Davidson в мире (сперва решитесь, а потом уже думайте, что и как). Мне предстояло работать с командой людей, с которыми я ни разу раньше не работал, и, если честно, у меня душа в пятки ушла. Но зато я точно знал: я могу прийти в любую компанию и поднять их продажи. А ещё я не забывал об одном важном принципе: страх говорит о том, что вы двигаетесь в нужном направлении.

Чтобы расслабиться, я направил внимание на будущее и вспомнил свои цели. По дороге в мотосалон я неустанно повторял себе, что сумею справиться со своими страхами и что мне всё равно придётся пройти через что-нибудь подобное, иначе никто никогда не узнает обо мне и о моей способности помогать людям. Помните: у вас есть лишь одна истинная проблема — неизвестность. По дороге я продолжал себя подбадривать: «Надо просто прийти, нырнуть с головой и верить в то, что решительность породит изобретательность». Смотрите, сколько характеристик успешных людей я применил в данной ситуации: иметь точку зрения «да, могу»; верить в успех; появиться и не подвести; сперва решиться, потом решить как; не останавливаться на полпути; быть мужественным; делать то, чего боишься; делать дело сейчас, а не потом; думать о цели и быть готовым выходить из своей зоны комфорта. Я понимал, что, даже если меня ждёт неудача, моё мышление и мои действия были верны, и знал, что, возможно, я потом пожалею о том,

как я справился с этой задачей, но я хотя бы не буду жалеть о том, что пропустил мимо рук такую возможность!

Мы начали снимать рекламный эпизод. Примерно через три часа продюсер сказал мне: «Грант, нам недостаточно лишь слов и объяснений, нам нужно показать тебя в действии. Мы должны увидеть на деле, что то, о чём ты рассказываешь, действительно происходит». Я посмотрел на оператора и ответил: «Включай камеру и следуй за мной». И тогда я завладел главным залом мотосалона — я знакомился с разными клиентами и общался с каждым из них. Я просил их залезать на мотоциклы и слезать с них, водил их по залу, мы фотографировались, а затем я посылал их жёнам по телефону фотографии и сообщения: «Сейчас я продам Вашему мужу мотоцикл». Общаться с клиентами, справляться с их возражениями и сопротивлением продаже, помогать им разрешать проблемы и записывать всё это на видео было весело, просто и произвело очень сильное впечатление.

Когда первый день подошёл к концу, продюсер посмотрел на меня и спросил: «А ты сможешь повторить это в любой компании и в любой точке?» Я уверен, что вы уже и так знаете, что я ему ответил, но если вдруг ещё не догадались, то я скажу: «Приятель, я могу это делать в любой компании, в любом месте и без усталости — и показать любому человеку с любым товаром, как улучшить свои продажи при любой экономике!» Его ответ: «Я тебе верю и верил в тебя ещё до того, как увидел тебя сегодня в действии, а теперь пора показать Америке нашу телепередачу».

Я попросил его сделать мне одолжение: «Как только представители телеканалов согласятся на встречу, — попросил я, — позволь мне самому убедить их». Я знал, что смогу продать идею передачи лучше, чем кто бы то ни было. Продюсер согласился, вернулся в Нью-Йорк и начал делать монтаж наших съёмок. Он позвонил мне на следующей неделе, сказал, что он очень рад и ждёт не дожждётся начала. А ещё он добавил, что летний сезон в разгаре, поэтому презентация телеканалам несколько откладывается и, скорее всего, встреча для просмотра видео и для предложения будет лишь через месяц, но «всем очень понравится», уверил продюсер.

Где-то недели три от него не было новостей, так что я сам начал ему звонить. Я знал, что без настойчивости это начинание ничем не закончится. Когда мы общались, он заверил меня, что, вне всяких сомнений, до сих пор меня полностью поддерживает. Я напомнил продюсеру о его обещании позволить мне лично рассказать о передаче руководителям телеканалов. Через неделю он перезвонил мне в 6:45 утра и сказал следующее: «Грант, у меня для тебя плохие новости. Каналы не хотят, чтобы

ты приезжал и рассказывал им о передаче, — они хотят сразу же начать съёмки».

Что ж, первым делом я вспомнил того парня, который сказал мне: «На каждую телепрограмму, которую ставят, есть 300, которым отказывают». Затем я подумал о том человеке, который сказал мне, что никому не интересно смотреть программу о продажах. (Нацеливайтесь на будущее; будьте нерассудительны в достижении цели; постоянно подбрасывайте дров в огонь и не беспокойтесь о том, что «уже было сделано», «может быть сделано» и что «возможно», по мнению других!) Люди настолько увязли в болоте своей же собственной отрицательности и своих поражений, что они отказались от того, чтобы создавать будущее своей мечты. Когда люди критикуют начинания других — им это кажется нужным ради оправдания того, что они сдались в своих собственных начинаниях. Никогда не думайте о невозможности чего-то; нет, вместо этого нацеливайтесь на действия, которые можно предпринять, чтобы превратить так называемое «невозможное» в возможное. Хорошо ведь, что я не послушал ни одного Фому неверующего, правда?

Пока что мы ещё не засняли нашу передачу, но всё готово, и она должна выйти в следующем году. Я надеюсь, что это программа даст нашим телезрителям то направление и те нужные советы, которые нужны людям в повседневной жизни, чтобы добиться успеха при любой экономике, в любое время и в любом месте. Снижение активности рынка, финансовые трудности, барьеры и страх слабее, чем человеческая способность мечтать «звёздно» и действовать десятикратно. Ни одна ужасная экономика ни одной страны не может подавить цель, если к цели добавить достаточное количество действий.

Я поделился с вами своей историей, чтобы проиллюстрировать, как я применял многие из принципов, которые мы обсуждали в этой книге, для того, чтобы расширить своё влияние. Я ничем не отличаюсь от вас: я не более талантлив и не более уверен в себе, но я мыслю десятикратно и действую на уровне «в 10 раз больше». Перед вами не просто книжка — перед вами действия, которые вам необходимо предпринимать, чтобы достичь успеха. В сегодняшнем мире пустая болтовня не вознаграждается. И мне, и вам нужно не просто говорить красивые слова, а делать дело. Из всего этого вам стоит сделать вывод, что принцип «в 10 раз больше» сработает для кого угодно.

Мой краткий рассказ на самом деле даже не обо мне: это пособие, которое показывает *вам*, что делать. Вы и представить себе не можете, сколько в моей жизни было людей, которые смеялись надо мной, критиковали меня и поводили бровями, когда слышали о моих целях. Вряд ли вы знаете о том, что сотни тысяч моих звонков закончились ничем

и что никто не ответил мне на тысячи электронных писем. У вас нет ни малейшего представления о том, сколько людей — среди них были даже и мои союзники — говорили мне, что я, быть может, слишком настырный, перехожу границы и что я подвергаю себя риску. Тридцать лет я готовился и обучался, делал ошибки и действовал — всё это позволило мне подняться на уровень самодисциплины, который у меня был не всегда.

Обучение и тренировки, вне всякого сомнения, необходимы для того, чтобы вы могли быть настойчивы и не сдаваться, а также для того, чтобы развить мужество, выносливость, нерассудительное мышление и особенно самодисциплину. Я всё время напоминаю сам себе, что, когда речь идёт о целях и о мечтах, нет места рассудительности и «логичности» и нет различия между возможным и невозможным. Я думаю, что вы согласитесь с тем, что невозможно добиться в жизни ничего выдающегося, если продолжать жить, думать и действовать посредственно.

Для того, чтобы выжить, и для того, чтобы в будущем разрастаться, необходимо мыслить высоко и широко, действовать масштабно, расширяться и рисковать. Быть тише воды и ниже травы ведёт лишь к тому, чтобы быть тише воды и ниже травы. Если продолжать так мыслить, то вскоре никому будет вас не видно, не слышно, и никто даже знать не будет, что вы когда-либо существовали. Решитесь мыслить и действовать в стиле «в 10 раз больше». Именно в этом и есть разница между успехом и тем, что будет в противном случае. Дело не в интеллекте, не в экономике и даже не в ваших связях — потому что, если не действовать масштабно, всё равно ничего из этого не поможет.

Мне всё ещё предстоит выполнить много долгосрочных целей и задач. Телепередача пока не заснята, я всё ещё не известен 6 миллиардам людей, и у меня несметное количество других целей и желаний, а до многих из них я даже вовсе пока и не додумался! И всё же я знаю, что двигаюсь в нужном направлении. Также я знаю и хочу, чтобы вы ещё раз это тоже осознали: дело не во мне, не в том, что я такой особенный или что у меня какая-то неповторимая черта, — дело лишь в том, что нужно мыслить и действовать десятикратно.

Разожгите своё пламя до небес; пусть оно будет таким пылающим и жарким, что всем остальным не останется ничего другого, кроме как заморожено сидеть у вашего костра. У вас никогда не будет ответов на все вопросы, никогда не наступит наилучшее и самое подходящее время, а барьеры и препятствия будут всегда. Но зато всегда есть и правило, на которое вы можете положиться. Действовать масштабно и делать это постоянно и настойчиво, а затем снова и снова действовать на четвёртом (масштабном) уровне действий — вот один-единственный залог желанного успеха. Всегда выбирайте масштабные действия и ставьте

всё на кон. Пусть все остальные люди в мире действуют на первых трёх уровнях, и вы увидите, как они растрачивают всю свою жизнь и грызутся за кости, огрызки и объедки.

Оглянитесь вокруг, и вы увидите мир, который полон посредственных людей, обыкновенного мышления и обычных — в лучшем случае — действий. А теперь заново посмотрите вокруг. На самом деле вы смотрите на людей, которые отказались от своей мечты, от своих стремлений и прекратили жить динамично и целеустремлённо. Вместо этого они готовы удовлетвориться тем, что, по их представлению, «нормально». Когда вы выбираете себе учителей, ищите выдающихся людей — тех, кто своим жизненным подходом возвышается над толпой. И не беспокойтесь о том, что они незаурядны или что вы не такие, как они. Думайте о том, как они действуют и каким образом вы могли бы действовать так же. В достижении успеха нет права выбора, и успех — не просто «один из возможных вариантов»; у вас есть долг — мыслить и действовать на верном уровне. Так что доведите дело до конца — ведь это ваша ответственность — и оставьте свой след на этой планете. И тогда, когда вы отслужите свой срок на Земле, вас будут помнить за то, что вы жили только звёздными мечтами и необыкновенными действиями. Помните: успех — это ваш долг, ваша обязанность и ваша ответственность. И если вы будете мыслить и действовать «десятикратно» — в стиле «в 10 раз больше», — то я уверен, что вы добьётесь успеха, который намного превысит даже ваши мечты!

Глоссарий

У большинства слов много разных определений, поэтому для того, чтобы полностью понять значение каждого слова в данном глоссарии, возьмите хороший словарь. Я обнаружил, что моя способность понимать любой предмет ограничивается только моим пониманием слов, связанных с этим предметом. Поэтому самое важное, секрет успешного применения правила «в 10 раз больше» — это всегда понимать слова и фразы предмета, который вы изучаете. Это один из ключевых принципов моего успеха. Когда я не следовал этому принципу, то не достигал своих целей.

Данный глоссарий разбит на три части:

1) определение понятия «Правило: в 10 раз больше» и ВСЕХ слов в этом выражении (для лучшего понимания);

2) названия компаний и имена людей по-английски (в алфавитном порядке по-английски);

3) русские слова, термины и выражения (в алфавитном порядке по-русски).

(Примечание составителей)

Правило «в 10 раз больше»

Правило «в 10 раз больше» — принцип, основанный на понимании того, сколько усилий вы должны приложить для успеха в любом предприятии. Правило «в 10 раз больше» заключается в том, чтобы выполнять 10 действий там, где другие выполняют лишь одно, и ставить цели в 10 раз выше тех, что вы изначально для себя определили.

Примечание составителей глоссария. Часто, чтобы понять суть фразы, очень помогает понять ВСЕ слова в ней. Поскольку правило «в 10 раз больше» — ключевое понятие книги, позвольте привести для вас определения всех слов в нём:

Правило — 1) принцип поведения, принятый кем-то образ мысли. *У него такое правило — дарить цветы женщинам по пятницам. Никогда не лгать — её правило жизни;* 2) закономерность, устойчивая взаимосвязь между явлениями, а также высказывание, которое описывает эту закономерность. *«Когда вода достигает 100 градусов, она закипает» — правило физики;* 3) указание; то, что необходимо соблюдать. *В шахматах есть правило: тронул — ходи. Терпеть не могу школьные правила.*

В — в данном контексте указывает на количество чего-то. *Это пьеса в пяти действиях. Я перевёл книгу в один присест. Ира пробежала 5 км в 5 раз быстрее Володи.*

Десять — 10. Число между 9 и 11. В контексте книги: то, на что нужно умножить действия, усилия, уровень мышления и т. д. Вот что-то одно: «Х». Вот десять чего-то: «XXXXXXXXXX». Десять происходит от «две пять» (то есть две руки с вытянутыми пальцами).

Раз — однократное действие, явление в ряду однородных повторяющихся действий. *Сколько раз тебе повторять, что я не слон? Он пять раз обежал стадион.*

Больше — говорит о количестве или степени чего-то, что превосходит что-то ещё. *Он боялся больше меня. Читай больше, будешь умнее. «Для великолепного брака не требуется больше усилий, чем для просто хорошего».*

Люди и компании

Apple, Inc. (apple в переводе с англ. — «яблоко») — американская корпорация, производитель персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения. Компания — один из пионеров в области персональных компьютеров и современных многозадачных операционных систем с графическим интерфейсом. Благодаря инновационным технологиям и эстетичному дизайну, корпорация Apple создала уникальную репутацию, сравнимую с культом, в индустрии потребительской электроники. На 2014 год компания занимает первое место в мире по общей рыночной стоимости акций компании.

Эххон (Exxon Mobil Corporation, сокр. ХОМ) — американская компания, крупнейшая частная нефтяная компания в мире.

Facebook — одна из крупнейших социальных сетей в мире. Была основана 4 февраля 2004 года Марком Цукербергом, Эдуардо Саверином, Дастином Московицем и Крисом Хьюзом. Марк Цукерберг посетил Россию в 2012 г., встречался с премьер-министром РФ Д. А. Медведе-

девым, принял участие в двух передачах на Первом канале и выступил перед студентами МГУ. Как и основатель Google Сергей Брин, Цукерберг получает зарплату в 1 доллар в год, однако, владея 24% акций компании Facebook, Inc., он стал самым молодым в истории миллиардером. В первом квартале 2015 г. количество пользователей Facebook достигло 1,44 миллиарда.

Federal Reserve, Федеральный резерв, Федеральная резервная система, ФРС — специально созданное 23 декабря 1913 года независимое федеральное агентство для выполнения функций центрального банка и осуществления централизованного контроля над коммерческой банковской системой Соединённых Штатов Америки.

Four Seasons (полное название Four Seasons Hotels and Resorts) — канадская компания, оператор сети гостиниц класса «люкс» Four Seasons. В сеть входит 86 гостиниц в 34 странах.

Fox TV — развлекательный телеканал, впервые запущенный компанией Fox International Channels в Латинской Америке в 1993 году. В основном канал транслирует лучшие зарубежные телевизионные сериалы разнообразных жанров и стилей. Основная аудитория канала — мужчины и женщины в возрасте от 18 до 35 лет. В настоящее время охват аудитории — более 106 млн зрителей в 122 странах мира. Телепередачи канала можно смотреть в России с 5 марта 2008 года.

Google — крупнейшая поисковая система Интернета, принадлежащая корпорации Google Inc. Первая по популярности система, которая обрабатывает 41 млрд 345 млн запросов в месяц (доля рынка 62,4 %). Основана в 1996 г. Ларри Пейджем и Сергеем Брином, уроженцем Москвы, эмигрировавшим в США в шестилетнем возрасте вместе со своими родителями, выпускниками МГУ. Интересно, что для того, чтобы помочь своей компании, когда она в 2004 г. вышла на рынок, Сергей Брин назначил себе зарплату в 1 доллар в год. Однако Брин является держателем 8 тыс. голосующих акций Google и владельцем более 24 млн неголосующих акций, и его состояние оценивается на сегодня в 34,3 млрд долларов.

Harland David Sanders (Гарланд Дэвид Сандерс), более известный как Полковник Сандерс (англ. Colonel Sanders) (9 сентября 1890 — 16 декабря 1980), — основатель сети ресторанов быстрого питания Kentucky Fried Chicken («Жареный цыплёнок из Кентукки», KFC), фирменным рецептом которых являются куски жареной в кляре курицы, приправленной смесью ароматических трав и специй.

iPad (от англ. pad — блокнот, произносится «айпэд») — планшет, выпускаемый корпорацией Apple. Первая версия планшета была представлена на презентации в Сан-Франциско Стивом Джобсом 27 января

2010 года. Продажа началась в Нью-Йорке на Пятой авеню 3 апреля 2010 года. В России iPad начал продаваться с 9 ноября 2010 года.

Led Zeppelin — британская рок-группа, образовавшаяся в сентябре 1968 года в Лондоне, Англия, и признанная одной из самых успешных, новаторских и влиятельных в современной истории. Led Zeppelin стали одной из ведущих групп хард-рока, сыграли основополагающую роль в становлении хэви-метала, свободно интерпретируя фолк- и блюз-классику и обогащая стиль элементами других музыкальных стилей (рокабилли, рэгги, соул, фанка, кантри).

Marlboro (Мальборо) — марка сигарет, выпускаемая компанией Philip Morris International с 1924 года. Marlboro — самая популярная марка сигарет в мире. Сигареты Мальборо широко известны во всём мире благодаря мощной рекламной кампании и значительным спонсорским вложениям в автоспорт. Интересно, что сигареты Мальборо начали выпускать в 1924 году как женские сигареты под рекламным лозунгом «мягкие как май», и только в 1954 году рекламой Мальборо стал знаменитый «мальборовский ковбой». Название Мальборо — это название улицы в Лондоне, где находилась лондонская фабрика компании Philip Morris.

McDonald's (McDonald's Corporation, официальное название в России — Макдоналдс) — американская корпорация, до 2010 года бывшая крупнейшей в мире сетью ресторанов быстрого питания с более чем 36 000 ресторанов по всему миру, работающая по системе франчайзинга. Основана в 1940 году братьями Макдоналдс как первая в мире «система быстрого обслуживания».

Microsoft Corporation (сокр. MS), корпорация Microsoft — одна из крупнейших международных корпораций по производству программного обеспечения для различного рода вычислительной техники — персональных компьютеров, игровых приставок, мобильных телефонов и др.; разработчик наиболее широко распространённой на данный момент в мире операционной системы Windows. Компанией также созданы Microsoft Office и Internet Explorer. Была основана в 1975 году Полом Алленом и Биллом Гейтсом. На сегодняшний день Билл Гейтс, обладающим личным состоянием в 79,2 млрд долларов, является самым богатым человеком в мире — место, которое он занимает уже на протяжении 16 лет.

MP3 — один из самых распространённых и популярных форматов цифрового кодирования (записи в качестве кода цифр) звуковой информации с потерями.

Starbucks — американская компания по продаже кофе и одноимённая сеть кофеен. Starbucks является самой крупной кофейной компани-

ей в мире с сетью из более чем 20,5 тысячи кофеен в 64 странах (на март 2015). Starbucks продает эспрессо и напитки на основе него, другие горячие и холодные напитки, кофейные зёрна, чай, горячие и холодные сэндвичи, пирожные, закуски и такие предметы, как кофеварки, кружки и стаканы. Компания была создана в 1971 тремя студентами Университета Сан-Франциско, которые очень любили хороший кофе, приготовленный из качественных кофейных бобов. В самом первом кафе подавали и обычный, и высококачественный кофе, но продажи обычного кофе падали, а высококачественного — росли, и компания, переориентировавшись на качество, стала в США символом хорошего кофе.

Steve (Steven Paul) Jobs (Стив [Стивен Пол] Джобс) — американский предприниматель, получивший широкое признание в качестве пионера эры IT-технологий. Один из основателей, председатель совета директоров и генеральный директор корпорации Apple. Один из основателей и генеральный директор киностудии Pixar.

Toyota (Toyota Motor Corporation) — крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация, также предоставляющая финансовые услуги и имеющая несколько дополнительных направлений в бизнесе. На ноябрь 2011 г. находилась на 11 месте в мире по своему доходу. Компания производит 5 различных марок автомобилей, включая Lexus. На 2014 год — самая крупная по общей рыночной стоимости акций компания Японии.

Twitter (от англ. «чирикать», «щебетать», «болтать») — социальная сеть для публичного обмена короткими (до 140 символов) сообщениями.

Walgreens (Walgreen Company) — вторая крупнейшая аптечная сеть в Соединённых Штатах Америки. К началу 2015 года компания управляла более чем 8232 аптеками, расположенными во всех 50 штатах США. Наряду с продажей аптечных и других товаров, в магазинах компании сегодня предоставляются основные терапевтические услуги и зачастую размещаются фотостудии. Названа по фамилии её основателя и существует с 1901 г.

Wall Street (Уолл-стрит) — название небольшой узкой улицы в нижней части района Манхэттен в городе Нью-Йорк. Считается историческим центром Финансового квартала города. Главная достопримечательность улицы — Нью-Йоркская биржа. В переносном смысле так называют и весь финансово-биржевой рынок США в целом. Сам финансовый микрорайон иногда также называют Уолл-стрит.

Walmart (Wal-Mart Stores, Inc.; WMT) — американская компания розничной торговли, управляющая крупнейшей в мире сетью магазинов. Была основана в 1962 Сэмом Волтоном. На 2010 год компания

владела более чем 11 000 магазинов в 28 странах. Интересно само название компании — Wal + mart (Wal — первая часть фамилии основателя + mart — торговый центр).

Warren (Edward) Buffett (Уоррен [Эдвард] Баффетт) — американский предприниматель, крупнейший в мире и один из наиболее известных инвесторов, состояние которого на 1 марта 2015 года оценивается в 72,7 млрд долларов США. Уоррен Баффетт является одним из самых богатых людей в мире и вторым по размеру состояния жителем США. Известен под прозвищами «Провидец» (то же, что ясновидец), «Волшебник из Омахи» и «Оракул из Омахи» (Омаха — город в штате Небраска). Крупнейший благотворитель в истории человечества.

Wells Fargo («Уэллс Фарго», названная так по фамилии двух её основателей — Уэллса и Фарго) — банковская компания, которая предоставляет различные финансовые и страховые услуги в США, Канаде и Пуэрто-Рико. Один из крупнейших банков в мире по общей стоимости акций (почти 300 млрд долларов США, 2015) и четвёртый по величине банк в США, входит в так называемую «большую четвёрку» банков США (вместе с Bank of America, Citigroup и JP Morgan Chase); занимает 7-е место в списке самых дорогих компаний США, также входит в рейтинг Fortune 1000 (1000 самых крупных по доходу американских компаний). Интересно, что начиналась компания, основанная в 1852 г. во время Золотой лихорадки в Калифорнии, с фонда в 300 000 долларов, которые предназначались для снабжения деньгами калифорнийских золотоискателей, доставки им почты и товаров и скупки у них золота и других драгметаллов.

Слова и выражения

Адреналин — гормон (химическое вещество, которое вызывает действие или изменение в теле), который вырабатывается в теле при опасных и непростых ситуациях. Он приводит к тому, что учащается пульс, дыхание и обмен веществ, и готовит мышцы к действию. Такие ситуации иногда называют «бей или беги». Поэтому адреналин часто ассоциируется с риском, опасностью, возбуждением, соревнованием и подобными ситуациями. (От латинского *renes* — почка.) *Он не пил, не ел, не спал, а после трёх дней боёв жил лишь на адреналине.*

Активы — материальные ценности компании или человека. Иногда это также используется по-английски в более широком смысле как «людские ресурсы» или даже просто «полезные качества». В контексте книги слово используется в главном, финансовом, значении.

У них миллионные активы — склады, станки, трактора. Ваш лучший «актив» — ваша улыбка.

«Анонимные алкоголики», или АА (англ. Alcoholics Anonymous) — общество, объединяющее людей, которые делятся друг с другом своим опытом, силами и надеждами с целью помочь себе и другим избавиться от алкоголизма.

Банкомёт (от итал. banco «банк») — крупье, игрок в карты, который держит банк (деньги, поставленные в игре). *У банкомёта кончились деньги, и он пошёл в банкомат.* В книге слово используется в переносном смысле: «Если ваш банкомёт продолжает пополнять ваши жетоны...» — имеется в виду, что у человека неограниченное количество энергии, изобретательности и т. д. — «жетонов».

Башня из слоновой кости — уединённое место для размышления и философствования, где люди далеки от фактов и реалий чего-то. *Батенька, спуститесь из своей башни из слоновой кости — семье кушать нечего.*

Бинго (англ. bingo) — игра, в которой случайным образом выбираются числа, а игроки должны заполнять соответствующие числа на своих карточках; разновидность лото. Первый игрок, заполнивший карточку в соответствии с правилами розыгрыша, побеждает. *Чтобы объявить свой выигрыш, он обычно выкрикивает «Бинго!». Я играл в бинго с собакой динго.*

Брешь (от фр. breche) — 1. пролом в крепостной стене от неприятельского снаряда (воен.). *Пробить брешь;* 2. *перен.* ущерб, ничем не возмещённая утрата, недостаток (книжн.). *Брешь в бюджете.* Брешь в мышлении — минус, недочёт, нелогичность и т. д.

«Боливар не выдержит двоих» — крылатая фраза из рассказа О. Генри «Дороги, которые мы выбираем». В контексте книги фраза означает, что обоим не выжить, двое не могут добиться успеха. В рассказе бандит убивает своего друга, чтобы уйти с добычей, потому что его лошадь (Боливар) не выдержит двоих.

Бродвей (англ. Broadway — «широкая дорога») — обобщённое название района театров в Нью-Йорке, расположенных в округе этой улицы в районе Театрального квартала Манхэттена.

Ва-банк (фр. va banque), «идти ва-банк»: в карточных играх — когда игрок ставит все деньги, которые у него есть в распоряжении. («Игрок пошёл ва-банк, и ему повезло».) В переносном смысле — действовать решительно и отчаянно. («Всё, завтра 8 марта — иду ва-банк и делаю ей предложение»). От французского va banque «идти на банк», потому что тот, кто выигрывает в таком случае, забирает весь банк (всю сумму).

Великая депрессия (англ. Great Depression) — мировой экономический кризис, начавшийся в 1929 году как следствие обвала рынка и продолжавшийся до 1939 года. Кризис наиболее сильно затронул США, Канаду, Великобританию, Германию и Францию. В наибольшей степени пострадали промышленные города; в ряде стран практически прекратилось строительство.

Владеть рынком — быть вне конкуренции на рынке, главенствовать, быть единственным лидером на рынке товаров и услуг в данной области.

Выживание — от «выживать». Используется в книге в двух значениях: 1) еле-еле сводить концы с концами, но как-то перебиваться; 2) жить, процветать на высоком уровне, долгосрочно и масштабно выживать во всех сферах жизни.

Габариты — размер, объёмы, масштаб чего-то. *Лодка и океанский пароход — разных габаритов.*

Голубая кровь — принадлежность к знатному, благородному происхождению, аристократии. Происходит от того, что среди дворян и аристократов считалось неприличным быть загорелым, а на белой нежной коже проступали синие вены — отсюда выражение. *Юнец голубой крови вызвал лейтенанта на дуэль...*

Господствовать — 1) держать в своей власти. *Пётр господствовал в начале XVIII века;* 2) преобладать, быть наиболее распространённым. *В Южной Америке господствует испанский язык;* 3) возвышаться над чем-то (дословно). *Заснеженная горная вершина господствовала над своими сестрёнками.* (В книге могут подходить все значения, 3-е — образно).

Группа поддержки — группа, которая поддерживает кого-то или что-то (спортсмена, спортивную команду, лидера и т.д.). В книге имеются в виду ваши «лучшие» клиенты, те, кому проще всего продать — семья, друзья, постоянные покупатели и т. д., ваши «болельщики».

Демографический — прилагательное от слова «демография» (от греческого *демос* — народ, толпа + *графо* — пишу) — наука, которая изучает население и закономерности его развития в обществе и в истории. Значит, «демографический» — такой, который описывает население и его показатели. *Мы провели демографический опрос населения.*

Держать ухо востро — обычно: быть внимательным и осторожным, быть начеку. В контексте книги — внимательно следить за происходящим, интересоваться ходом дел. (Успешные люди держат ухо востро.) *Держи ухо востро, впереди пост ГАИ.* Происхождение: у многих животных уши становятся острыми (то есть острыми) при настороженности.

Дефицитное мышление — мышление, которое основано на принципе ограниченности чего-либо, например, успеха, ресурсов, возможностей, денег и т.д. и исключает, что успех возможен для 100% населения планеты. «Дефицит» значит недостаток. (От латинского deficit — «не хватает»; de — в обратную сторону, facere — делать.)

Дифирамб (греч. дифирамбос) — 1. В Древней Греции: жанр хоровой лирики, торжественная песнь в честь бога Диониса (бога вина и торжества). 2. Преувеличенная, восторженная похвала (книжное). «Петь дифирамбы» — восхвалять сверх меры. (В книге — в переносном значении.) *Ой, молодой человек, хватит петь мне дифирамбы, вот купили бы ожерелье...*

Ёшкин кот — устойчивое сочетание (фразеологизм), используется в качестве восклицания. Разговорное. Выражает досаду, сильное удивление, недоумение или иную эмоцию. *«Вот ёшкин кот!» — картинно возмутилась я.*

Задворки — часть крестьянского двора за домом с прилегающими к нему хозяйственными постройками, а также место за двором (дворами) позади крестьянской усадьбы. *Хлев на задворках.* В переносном смысле «на задворках» (разг.) — на самом последнем, невидном и невыгодном месте. *Ну вот, посадила меня тётя-билетёр на задворках.*

Закрывать сделку — добиться того, чтобы клиент приобрёл услугу или товар. Это понятие очень подробно описано в книге Гранта Кардона «Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки». *На этой неделе я закрыл 5 сделок, а мой коллега — нисколько, надо потренировать его.*

Заурядный — обычный, сливающийся с толпой, неприметный. *Заурядный бюрократ заурядно шагал в заурядной шляпе с заурядным портфелем и заурядно посвистывал.*

Импульс (количество) движения — физическая величина, в которой масса тела умножается на скорость. Когда тело имеет определённый импульс движения, его уже сложно остановить. В книге — в переносном смысле, но похоже: означает быстроту и силу развития, действий и т.д. *Маленький гепард нёсся на такой скорости, что у него было больше импульса движения, чем у тучного носорога.*

Ипотека — залог недвижимого имущества, а также ссуда по такому залогу. Имущество, обычно дом, остаётся под залогом у кредитодателя, пока ссуда не выплачена. *Да ну её, эту ипотеку, от неё только ходить в аптеку... Лучше куплю дом на комиссии от продаж.*

Искушённый — опытный и умелый в каком-то деле; который прошёл «искус» — испытание, проверку (или соблазн). *Д'Артаньян был юнцом, а стал искушённым воякой.*

Консультант по изменениям в организации — сотрудник в штате компании либо приглашённый к сотрудничеству с компанией для того, чтобы улучшить её работу по таким показателям, как организационная эффективность и развитие.

Корпорация (от латинского *corpore* — соединить в одно целое) — тип компании, которая признана как одно перед лицом закона вне зависимости от того, сколько у неё владельцев или держателей акций. Обычно это большие компании.

Крах недвижимости в Соединённых Штатах Америки (ипотечный кризис в США) — предшественник общего финансового и банковского кризиса в США, банкротства банков и падения цен на акции, положивший начало мировому экономическому кризису. Первые признаки кризиса проявились в 2006 году в форме снижения числа продаж домов, а к весне 2007 года переросли в кризис высокорисковых ипотечных кредитов, то есть ипотечного кредитования лиц с низкими доходами и плохой кредитной историей.

Лучшие методики — стандарты деятельности в какой-то сфере, которые считаются верными или самым эффективными. *Брюс Ли превзошёл все лучшие методики боевых искусств (переносный смысл).*

Маховик (маховое колесо) — тяжёлое колесо в каком-то механизме, которое вращается и помогает поддерживать импульс движения (смотрите раньше), поддерживает механизм в работе и помогает стабилизировать его. В книге — образно, о том, что действия входят в привычку и порождают новые действия с меньшими усилиями.

Мерило — признак, на основе которого можно произвести измерение, оценку, сравнение чего-либо. *Мерило (норматив) мастера спорта по лёгкой атлетике — где-то 14 минут на километр. Он глазел на местных красавиц и не знал, как выбрать мерило красоты.*

Мотивация (от лат. *movere* «двигать, двигаться») — 1) то, что побуждает человека действовать, стимул, толчок к действию; 2) или же мотивация — то состояние, когда человек готов и хочет действовать и вдохновлён что-то делать. Мотивация очень подробно раскрывается в видеокурсе Гранта Кардона «100 способов не потерять мотивацию», который можно пройти в Сети. *Не хочу идти бегать, нет мотивации. Моя жена, дети и наше счастье — вот лучшая мотивация.*

Нерентабельный — не приносящий дохода, работающий в убыток, не оправдывающий затраты. *Я купил 10 мороженных по 100 рублей, съел девять, продал одно за 200. Было вкусно, но нерентабельно.*

Новая Эра — см. Эра Водолея.

Обещать «с десять коробов» — выдуманная поговорка от «обещать с три короба». Короб — это ящик или плетёное изделие. Если «обещать с три короба» значит «обещать много», то обещать «с десять коробов» — очень много и превыше всех ожиданий.

Обыкновенный — непримечательный, ничем не выделяющийся на фоне остальных. *Петербург вовсе не обыкновенный город.*

Парировать (от нем. *parieren*) — отражать, отбивать (первоначально — удар в фехтовании); в переносном смысле — отражать (нападки, доводы противника в споре, аргументы и т. п.). Парировать своими действиями рекламные кампании — давать отпор другим компаниям, или же просто делать нечто, чтобы превзойти, обогнать их. *Я ловко парировал выпад гвардейца и пронзил его шпагой. Как же мы будем парировать ход прокурора? Грант парировал миллионные кампании действиями.*

Перипетия (от греч. *peripeteia*) — 1. переворот, внезапная перемена в судьбе героя, первонач. в драматическом произведении, а затем также в романе (лит. и театр.); 2. резкое изменение, неожиданное осложнение в чьей-либо жизни, судьбе и т. п.; 3. сложное течение какого-либо действия или внезапное осложнение в ходе какого-либо события. *«Да, господа, много-таки я в своей жизни перипетий испытал»* (Салтыков-Щедрин).

Пищевая цепь — в естествознании: ряд взаимоотношений между группами организмов (растений, животных, грибов и микроорганизмов), при котором происходит перенос вещества и энергии, когда одни организмы съедают других. В данной книге — карьерная лестница, социально-экономический показатель успеха. «Подняться по пищевой цепи» — подняться по карьерной лестнице, добиться лучшего положения в карьере. *Чтобы добраться до поста президента, нужно подняться по пищевой цепи в политике.*

Поднять белый флаг — сложить оружие, сдаться, капитулировать. Белый флаг как полотнище без каких-либо знаков и символов поднимали как символ капитуляции. В переносном смысле — «сдаваться перед лицом трудностей». *Томас Эдисон не поднимал белый флаг, когда лампочка не удалась в 1002-й раз.*

Пораженцы — люди, изначально настроенные на плохой исход дела, на поражение. *Нам в команде не нужны пораженцы — отдай их соперникам.*

Посвящать — отдать себя чему-то целиком и полностью. *Она посвятила себя богослужению. Я посвятил себя изучению итальянского. В день свадьбы молодожёны посвятили свои жизни друг другу.*

Посредственный — не отличающийся никакими особыми характеристиками. *Будем надеяться, что это не посредственный перевод.*

Поставить на кон — 1) внести ставку (в покере); 2) в переносном смысле — рискнуть чем-то, подвергнуть риску то, что имеешь, сделать ставку в деле. *Герман поставил всё на кон и, увы, проиграл. Не хочу ставить на кон мою жизнь.*

Приверженность — верность чему-то, кому-то. *Что за повеса? Никакой приверженности занятиям и долгу.*

Пришибленные — зависимые и страдающие от гнёта. *Вокруг злой волшебницы ошивались пришибленные слуги.*

Рыночный шум и гам: шум — толки, оживленное обсуждение, возбуждённое повышенным интересом к кому-нибудь или чему-нибудь; гам — нестройный гул голосов. «Прорваться через рыночный шум и гам» — достигнуть своей цели, пробившись сквозь шумное поле других бизнесменов, их товаров и услуг.

Святой Грааль (лат. Gradalis, блюдо) — чаша, из которой Иисус Христос вкушал на Тайной вечере и в которую Иосиф Аримафейский собрал кровь из ран распятого на кресте Спасителя. Испивший из чаши Грааля получает прощение грехов, вечную жизнь. В данной книге Святой Грааль используется в переносном смысле как обозначение сокровища и чудодейственного средства, дарующего абсолютный успех.

Снизить планку — из спорта; планка — часть спортивного снаряда, устанавливаемая как барьер при прыжках в высоту; «снизить планку» — умерить свои амбиции и понизить требования, предъявляемые к конечным результатам. *Инвесторы подгоняли, но режиссёр отказался снижать планку, и фильм покорила мир.*

Сохранять свой статус: статус — сложившееся положение, состояние; «сохранять статус» — сохранять достигнутые позиции.

Социоэкономический — составное слово из двух корней. «Социо» — который относится к обществу, к жизни людей и их отношениям в обществе; «экономический» — хозяйственный, связанный с экономикой, финансами, обменом, производством. Поэтому «социоэкономический» — который включает в себя общество, экономику и всевозможные их взаимодействия.

Ставить на кон (то же, что ставить на карту) — рисковать чем-то ради достижения цели. Кон — это то место, куда кладётся ставка в карточных играх. Ставить на карту — тоже выражение из карточных игр, потому что игрок делает ставку на определённую карту. *Я готов рисковать своей карьерой, но не могу поставить на карту свою семью. Бегун поставил всё на кон и сделал ранний рывок.*

Стремление — сильное желание добиться своей цели. *У меня сейчас стремление спать.*

Типичный — такой же, как масса других ему подобных людей, предметов или явлений той же категории. *Он типичный горожанин.*

Туз в рукаве (фразеологизм, крылатое выражение) — что-то, что обеспечивает выигрыш, преимущество, выигрышное положение перед другими, но пускается в ход в нужное время, не преждевременно. Туз — часто самая сильная карта; «в рукаве» — спрятанный. В книге — образно. *Роки начал драться правой рукой и оставил свой туз в рукаве — бой левой — на конец матча.*

Успех — максимально возможное достижение поставленных целей; ошеломительный результат в деле; абсолютное общественное признание, при котором успешный человек выходит за рамки обычной конкуренции и начинает определять развитие всей области. *Когда чешский бегун Эмиль Затопек выиграл 5 км, 10 км и марафон на Олимпийских играх, то достиг успеха.*

Утожить — 1) сравнивать с землёй, превращать в развалины; 2) бить, колотить; 3) ругать, бранить. В книге — в переносном смысле.

Федеральный резерв — смотрите Federal Reserve выше.

Филантроп (от греч. philanthropos, от phileo — люблю и anthropos — человек) — 1. человек, занимающийся благотворительностью и помощью нуждающимся; благотворитель. *Благотворительный Фонд основан на средства филантропов;* 2. тот, кто любит людей.

Франшиза (фр. franchise — льгота) — формальное соглашение, при котором кто-то получает право продавать товары или предоставлять услуги какой-то компании в обмен на процент прибыли. Также тот бизнес, который получает такое разрешение. Например, McDonald's работает на основе франшиз.

Фома неверующий. Апостол Фома был одним из двенадцати апостолов. Согласно Евангелию, Фома отсутствовал при первом явлении Иисуса Христа апостолам после воскресения из мёртвых. Узнав от других апостолов, что Иисус воскрес из мёртвых, Фома в это не поверил. Сегодня выражение «Фома неверующий» обозначает недоверчивого слушателя или просто недоверчивого человека.

Химический элемент — то, из чего состоит всё, что есть на Земле. Самое простое вещество, которое не делится больше без того, чтобы не потерять свои качества. Золото, водород, магний, медь, железо — примеры элементов. Слово «элемент» значит «нечто простое, основное» (от латинского elementum — основа, принцип). «Химия» означает изучение структуры веществ (от греческого khemia — искусство изменять металлы; химия и алхимия считались похожими).

Холодный визит — термин из продаж: встреча, на которую человек идёт без предварительной договоренности и обычно к тому, кого вообще не знает. Холодные звонки — это то же самое, но звонок, а не визит. *Сегодня я сделал 100 холодных звонков, зато было много горячих бесед и тёплых слов. Но и гонорар согрел моё сердце.*

Холоп — раб, подданный в полной зависимости, слуга. В книге — образно: *сделать Twitter своим холопом.*

Цель — 1) то, к чему стремятся, что надо осуществить; 2) то, по чему стреляют, мишень. *Быть борцом сумо и марафонцем — противоречащие цели. Без цели жизнь скучна. Любая цель лучше никакой.*

Эзотерика — учение о скрытой мистической сути чего-то. «Эзотерический» — значит понятный лишь посвящённым, не большинству. В широком смысле слова — «непонятный, тайный». (От греческого *esotero* — «ближе к центру», «более внутри».)

Эра Водолея — то же, что Новая Эра. Нерелигиозное духовное движение, которое началось на Западе в 1970-е годы. Эра Водолея берёт корни в разных философиях и включает в себя много течений: буддизм, индуизм, метафизику, психологию и т. д. В книге Грант приводит эти идеи в пример иронично и не как лучшую философию: расслабиться, не спешить и т. д.

Этический долг: долг — то, что кто-то должен или обязан сделать или по своему решению, или по службе, или по кодексу (чести, поведения и т. д.). Долг может быть добровольным или нет, и долг — наивысший уровень мотивации. Этический — связанный с этикой. Этика сродни морали (правилам, нормам поведения), но выше неё. Человек сам решает, что этично, что нет. То, что этично, помогает, а не вредит другим, и чем больше помощи всему хорошему от дела, проекта, цели и т. д., тем это этичнее. Поэтому этический долг — обязательства, которые принимает на себя человек перед собой и другими. В данном случае идея Гранта Кардона: быть успешным — этический долг человека, потому что «неуспех» (отсутствие успеха) вредит ему, семье и т. д. по сравнению с тем, какой была бы жизнь при успехе.

Об авторе

Грант Кардон — всемирно признанный эксперт в области продаж и автор многих книг; его книга «Если ты не первый, ты последний» вошла в список бестселлеров газеты «Нью-Йорк Таймс». Он часто выступает на телеканалах CNBC, MSNBC, Fox News и Fox Business. Также г-н Кардон нередко пишет для издания Huffington Post. Телеведущая Джоан Риверс недавно рассказывала о Гранте и его семье в своей передаче «Как это вы так разбогатели?».

Уже 25 лет г-н Кардон работает с компаниями по всему миру. Он предоставляет фирмам системы обучения продажам, а также разрабатывает для разных компаний индивидуальный подход с целью усовершенствовать процесс продаж и повысить доход.

Грант Кардон выступал почти во всех крупных городах США, а также в Канаде, Бразилии, Австрии, Англии, Австралии и на Карибских островах. Его методиками пользуются в компаниях Ирландии и России, на Тайване и даже в далёком от США Казахстане. Сегодня его книги переводятся на многие языки, в том числе на немецкий и китайский. Он разработал сайт подготовки продавцов для автомобильной промышленности и для других областей продаж (www.cardoneuniversity.ru).

На его однодневные семинары съезжаются люди со всего мира. Первая книга Гранта Кардона — «Продай или продадут тебе» — попала в список самых успешных книг, опубликованных самими авторами. Она считается «идеальным руководством по продажам XXI века!» Как сказал один из её читателей: «В книге «Продай или продадут тебе» в первый раз за последние 50 лет написано что-то новое о продажах». Ещё один читатель отметил: «Я много лет читаю книги о продажах, и эта книга превосходит всё, что я когда-либо читал на эту тему». А первая опубликованная через издательство книга Гранта — «Если ты не первый, ты последний» — недавно стала бестселлером списка газеты «Нью-Йорк Таймс».

Г-н Кардон доказал свои способности не только на сцене — как лектор и тренер, но и в реальном мире бизнеса. Он владелец трёх успешных компаний, которые он основал с нуля, без средств. Только идеи и усердная работа привели эти компании к успеху.

Кроме деловых начинаний, г-н Кардон очень много занимается филантропической деятельностью, за что получил благодарности от Конгресса США, от Сената США, от мэра Лос-Анджелеса и не только. Недавно за его усилия по сближению американских бизнесов с бизнесами Индии ему была присвоена Награда имени Раджива Ганди — награда Индии в честь покойного премьер-министра Индии Раджива Ганди, которая присваивается за достижения в различных областях. Университет Мак-Нис, где Грант Кардон получил степень по специальности «Бухгалтерия и финансы», наградил его званием выдающегося выпускника.

Г-н Кардон живёт в Лос-Анджелесе со своей женой — актрисой и продюсером Еленой Лайонс и дочерьми.

CARDONE UNIVERSITY

ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ
ОТ ГРАНТА КАРДОНА



Здесь вы изучите мастерство продаж, переговоров и заключения сделок в самом современном формате. Вы получите инструменты, как пустить в дело эти важные навыки в повседневной жизни, у вас появится «хватка», чтобы использовать любую возможность на рынке.

CARDONE UNIVERSITY ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

- ✓ более чем 750 видео от Гранта Кардона;
- ✓ более чем 750 тестов для обучающихся;
- ✓ систему для закрывания сделок «Решения на ходу»;
- ✓ систему отчётов и контроля обучения.

Подключайтесь сегодня
на www.cardoneuniversity.ru

Закажите другие книги Гранта Кардона
на сайте www.grantcardone.ru
со скидкой 15%



ISBN 978-5-17-100600-6



ISBN 978-5-17-100599-3



ISBN 978-5-17-100748-5



ISBN 978-5-17-100602-0



ISBN 978-5-17-100638-9

ваш промокод **10X-BOOKS**

Пособие для развивающего обучения

**ПРАВИЛО
В 10 РАЗ БОЛЬШЕ
Единственное, что отличает
успех от поражения**

Настоящая публикация предназначена для того, чтобы предоставить точную и авторитетную информацию по описываемому предмету. Продажа книги осуществляется с пониманием того, что издатель и автор не вовлечены в предоставлении юридических, бухгалтерских или иных профессиональных услуг. Если требуется юридический совет или иная экспертная помощь, необходимо обратиться к услугам компетентного профессионала. Включает библиографические ссылки

Подписано в печать 05.10.2016. Формат 70x100/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 15,6. Тираж 3500 экз. Заказ № 7667.

Общероссийский классификатор продукции ОК-005-93, том 2;
953000 — книги, брошюры

ООО «Издательство «АСТ»

г. Москва, Звездный бульвар, д. 21, стр. 3, к. 5

Отпечатано с готовых файлов заказчика
в АО «Первая Образцовая типография»,
филиал «УЛЬЯНОВСКИЙ ДОМ ПЕЧАТИ»
432980, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 14

ISBN 517100601-3



9 785171 006013 >