

інакше вони вилазитимуть тобі на голову». Я повірила в це і намагалася стримувати себе, не проявляти людяності й емпатії. Але річ у тому, що то була не я. Моя поведінка була неприродна і нещира. До того ж я помітила, що люб'язне ставлення до людей більше допомагало мені в роботі.

Після років самопізнання, розвиваючи успішну кар'єру, я звертала особливу увагу на те, що ставало в пригоді і – найважливіше – що мені було близьке. І нарешті зрозуміла: не можна жертвувати своїми цінностями чи приховувати справжню себе заради кар'єри. Насправді, коли я зрозуміла, як користуватися своєю люб'язністю, вона стала моєю професійною перевагою. Допомогла мені зміцнити впевненість у моїх силах; здобути прихильність тих, хто працював поряд; а також створити міцний, надійний, відданий колектив колег, наставників та учнів. Я переконана, що й у вас це вийде.

За останні вісім років я десятки разів спілкувалася на цю тему з жінками – віч-на-віч, через соціальні мережі та цифрові навчальні платформи, а також виступаючи з лекціями. Я ділилася не тільки власним досвідом, а й міркуваннями багатьох своїх наставників і колег. Ще 2009 року я проводила певні дослідження, щоб зрозуміти, на що можуть розраховувати жінки, які стикаються саме з цією проблемою. Та результати розчарували мене: здавалося, жоден довідник з ділової практики ніколи не розглядав люб'язність як засіб впливу. Навпаки, сила-силенна книжок досі розкручує міф про те, що милі дівчата не досягають успіху у просуванні кар'єрними сходинками і не стають визнаними лідерками. Саме тоді я усвідомила, як сильно потрібна книжка на кшталт цієї.

Потім у моєму житті сталися зміни. 2010 року в нас з'явився перший син, Ентоні, а за рік – ще один хлопчик, Вілл. Моє життя вирувало: і дітки, і кар'єра вимагали повної віддачі. Тому відклала написання книжки. А 2014 року

я зробила перший крок сходинками нової кар'єри, що лякав і захоплював водночас: я перейшла від медіа до інвестування стартапів. І коли побачила, яку вагому підтримку надали мені колеги, я знову почала серйозно розмірковувати над книжкою.

Справжнім проривом для мене став мій допис на сайті журналу *Forbes* у січні 2016 року, що називався «Як милі жінки можуть виграти, якщо ставитимуть правильні питання». Він знайшов відгук у читачів і опинився серед найпопулярніших дописів у блозі «Повчальні історії з Деніз Ресторі». Раптом стільки жінок стали звертатися до мене через Facebook, Twitter та електронною поштою, що я не могла дати цьому раду. Саме тоді я зрозуміла, що не просто є потреба в такій книжці, а що я мушу її написати.

У багатьох колах мою книжку вельми активно підтримували, а в деяких геть не сприймали. Слово «мила» емоційно забарвлене для багатьох жінок; деякі з них реагують на нього миттєво і вороже. Я добре розумію це і саме тому хочу «оновити бренд» для поняття *милі дівчинки*: вона не просто лагідна і вміє всім догодити, а використовує свою природну люб'язність, щоб змінити застарілі стереотипні уявлення про образ сильного лідера. У людських якостях, як-от емпатія, доброта й милосердя, що недооцінюються у світі бізнесу, ховається справжня сила. У поєднанні з потрібною дозою кмітливості та амбітності ці знехтувані риси, що мають велику силу, можуть допомогти вам досягнути кар'єрних вершин.

На цих сторінках ви знайдете принципи, завдяки яким я та сотні інших сильних і ніжних жінок змогли піднятися над подвійними стандартами і професійно розвиватися. «Міф про милу дівчинку» навчить вас, як переконливо провести перемовини, виступити так, щоб люди слухали вас, вселити довіру, самостійно ухвалити рішення та владнати конфлікт, не приховуючи при цьому тієї милої жінки, якою

ви себе знаєте. Якщо ви відмовитеся від застарілої тактики, згідно з якою треба бути непохитною задля досягнення успіху в бізнесі, а натомість навчитеся застосовувати невикористаний потенціал доброти, ваша сила для реалізації мрій та цілей буде непереборна.

Фран Гаузер,
літо 2017 року

РОЗДІЛ 1

Люб'язність — це ваша суперсила

К оли мені було трохи за двадцять, я працювала у компанії Ernst & Young, одній з найбільших у світі фірм, що надають аудиторські та консалтингові послуги. Юна, амбітна та надзвичайно завзята, я непогано виконувала свої обов'язки, проте й діставала багато зауважень від боса щодо того, над чим мені треба попрацювати.

Так, наприклад, однією з організацій, які моя команда мала обслуговувати, була приватна компанія з випуску пляшок *Coca-Cola Bottling Company* в Нью-Йорку. Я була наймолодша в нашій команді й почувалася страшенно ніяково при одному з віце-президентів компанії, імпрезантиному літньому чоловікові.

Під час нарад я тільки те й робила, що кивала головою та погоджувалася з усім, що він та інші присутні говорили; я була така знервована, що не могла проронити ні слова, і мої думки залишалися при мені. Хіба що наважувалася лише на невизначене ухильне: «Це цікаво», хоч би якої теми стосувалося обговорення. Ми могли розмовляти про те, що саме взяти на обід, і коли хтось пропонував суші, у відповідь я казала: «Це цікаво».

Я просто не хотіла проявляти ініціативу чи створювати якусь конфліктну ситуацію, так чи інакше висловивши якусь категоричну думку. То був спосіб внявити зацікавленість і взяти участь у розмові, намагаючись при цьому завжди лишатися приємною. А тепер, згадуючи це, я щоразу