

Введение

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

Лидерство — это продажа. А продажа — это ораторское искусство.

Способность главы корпорации вести беседу и продвигать свою компанию — ведущий фактор, определяющий ее стоимость на рынке. Гарольд Берсон, основатель и глава крупнейшего в США пиар-агентства Burson & Marsteller, в результате проведенного опроса установил, что 86 процентов аналитиков, по их собственным словам, «покупают акции, основываясь на репутации главы компании». Берсон пришел к выводу, что именно лидерский характер и навыки продажи, присущие главе компании, служат решающим фактором в укреплении положения корпорации. Если глава компании не способен убедить, уговорить, чтобы продать уникальную компетенцию и будущее своей компании, последняя находится в большой опасности.

Однако Берсон не стал говорить, что услуги пиар-компании, такой, как его собственная, не способны сами по себе превратить главу корпорации в звезду продаж и главный рыночный актив компании.

Звездное притяжение

Пиар-специалисты могут писать речи для CEO*, готовить материалы для пресс-конференций и составлять пресс-релизы; могут продумать внешний облик руководителя, научить его правильно ставить ударение в словах и избавиться от провинциального акцента; могут добиться размещения статей о главе компании в Wall Street Journal и Forbes — но даже им не под силу сделать из него яркую личность, героя публичных выступлений.

* Здесь и далее глава компании. Прим. ред.

Сегодня 60 процентов компаний, входивших в список Fortune 500 в 1970-х годах, безвозвратно канули в Лету. В те времена рыночная стоимость компании оценивалась по стоимости имеющейся у нее недвижимости, производственных мощностей, транспортных средств, наличию удобной транспортной инфраструктуры, а также по другим материальным составляющим. Однако многие из этих материальных активов, столь важных в прежние времена, утратили свое значение. Как во время сегодняшней «информационной революции» можно измерить ценность программного обеспечения? Может ли вы назвать конечную цену информации?

В сегодняшнем вихре перемен способность продавать, присущая первому лицу компании, становится ключевым параметром. Например, когда Стив Джобс вернулся в Apple, цена акций компании всего лишь за один день выросла на 200 процентов, потому что он излучал уверенность и компетентность.

Спросите себя, есть ли у вас навыки общения, которые помогут достичь вершины? Обладаете ли вы тем самым звездным притяжением, которое будет способствовать росту вашей компании?

Эпоха личности

Если нынешние времена можно назвать эпохой перемен, на том же основании их можно назвать и эпохой яркой личности.

Об этом прекрасно осведомлены владельцы журнала Time. Журнал People, в свое время отприск Time, обошел своего родителя по продажам и популярности.

Знает это и Голливуд. Притягательность популярных звезд — вот что помогает собрать деньги на новый фильм и способствует его продвижению на рынке. Сценарий и сюжет почти ничего не решают.

Эту истину понял и мир политики. Джон Мейджор, премьер-министр Великобритании в 1990–1997 годах, выставив свою кандидатуру на переизбрание, потерпел сокрушительное поражение. Кое-кто говорил, что в этом виноваты сотрудники его администрации, оказавшиеся замешанными в сексуальном скандале. Хотя этот скандал не имел никакого отношения к Мейджору как лидеру правящей партии, он все же оказался агнцом, обреченным на политическое заклание. Почему? Из-за силы личности его политического противника, человека по имени Тони Блэр.

New York Times писала 2 февраля 2001 года, что Блэр — самый популярный премьер-министр Великобритании, он популярнее даже Черчилля и Маргарет Тэтчер. И еще в статье цитировались слова аналитика о «возвышенном, неземном стиле, преобладающем над содержанием». Далее в статье говорилось о том, что спектакль Блэра — «блестящий рассказ о достижениях, но вовсе не сами достижения».

Тони Блэр — истинный мастер ораторского искусства. То же можно сказать о его американском единомышленнике, Билле Клинтоне. Несмотря на попытку импичмента и скандал с Моникой Левински (не говоря уже о Whitewater*, Filegate**,

* Супругов Клинтон подозревали в участии в незаконных махинациях по финансированию компании-застройщика Whitewater в 1970–1980 гг. в Арканзасе, но после многолетнего расследования прокуратура признала, что доказательств причастности Клинтонов к противозаконной деятельности не найдено. *Прим. ред.*

** В 1994 г. по запросу Крэйга Ливингстоуна, директора службы личной безопасности Белого дома, ФБР передало Администрации президента более 900 личных дел республиканцев, которых Клинтон считал своими политическими врагами; когда об этом стало известно, вина была возложена на одного из клерков, допустившего ошибку. *Прим. ред.*

Travelgate*), популярность Клинтона постоянно росла, потому что он умел ярко демонстрировать свои лидерские качества.

В корпоративном мире, как и в политическом, лидеры такого типа, как Буш-старший, вряд ли смогут выжить. Как-то раз, когда я делал наброски для выступлений Буша-старшего, он сказал мне: «Все эти речи — дерньмо». Однако это «дерньмо» может оказаться языком лидерства. Буш не понимал обаяния Рейгана, который в совершенстве владел ораторским искусством.

Человек-паук и Король Лев

Дни СЕО типа «Человек-паук» — неутомимых, самоотверженных администраторов, вникающих во все детали, усердно плетущих сеть корпоративной структуры, образцовых менеджеров — ушли безвозвратно. Во все вникающие руководители, наделенные невероятной способностью находиться в десяти разных местах одновременно, сегодня уже неэффективны. Руководители наподобие Гарольда Генина из AT&T или Джона Эйкерса из IBM были подлинными лидерами навсегда ушедшего мира, в котором ценность компании определялась стоимостью активов.

В современную эпоху информационной революции именно Лев, а не Паук выживет в корпоративных джунглях и взберется на вершину власти. Неудивительно, что гигантская компания по производству фильмов сделала своим символом именно льва. Гривастый лев с огромной головой воплощает

* Хиллари Клинтон потребовала увольнения семи сотрудников отдела путешествий Белого дома, а вместо них были назначены друзья и родные Клинтонов. *Прим. ред.*

в себе силу и власть; громкий рык этого сильного животного внушает мысль о его могуществе.

Лидеры с характером, который обеспечивает успех на рынке, становятся победителями. Овладение искусством говорить, как лидер, способно превратить Паука во Льва.

Таким Львом был Франклин Рузвельт. Его главная заслуга даже не в том, что он вывел страну из депрессии (это сделала Вторая мировая война). Благодаря тому, что его ораторские качества воспламенили сердца американцев и возродили в них новые надежды, он смог победить на четырех выборах.

Еще один Лев — Уинстон Черчилль. Когда Британия оказалась в отчаянном положении, его слова стали оружием против нацистов — в результате они отказались от идеи завоевания Британии. Черчилль олицетворяет собой ораторскую мощь.

Читая эту книгу, вы откроете для себя истинных лидеров, от древних — таких, как Демосфен, — до политиков недавнего прошлого вроде Рональда Рейгана, от тех, кто завоевывает мир с помощью силы, как Наполеон, до тех, кто покоряет его с помощью любви, как Иисус Христос. Вы узнаете, какими инструментами и приемами пользовались эти люди, как они оттачивали и совершенствовали свои навыки, чтобы, используя их как секретные технологии, укрепить свою власть.

Заметьте, у будущих лидеров не было предпосылок стать великими.

- Наполеон, человек маленького роста, создал собственные стратегии, чтобы доминировать в любом окружении.
- Линкольн научился отвлекать внимание от своего визгливого голоса и провинциального акцента.

- Черчилль нашел способы компенсировать свою шепелявость и заикание и сделать так, что его достоинства засияли подобно бриллиантам.
- Мартин Лютер Кинг-младший, представитель черногорого населения в белой Америке, добился того, чтобы его слышали.
- Маргарет Тэтчер, единственная женщина в мужском клубе, каким до нее был британский парламент, сумела преодолеть стереотипы восприятия женщин в политике.

Мастера ораторского искусства шлифовали свои приемы и техники, чтобы привлекать к себе внимание и придавать вес своим речам.

Облик, манеры и сила

В этой книге раскрываются секреты ораторского искусства и тайны харизмы, которыми владели великие ораторы прошлого и люди, сумевшие изменить ход мировой истории. Приложив некоторые усилия, вы тоже сможете постичь эти секреты: для овладения одними достаточно нескольких минут, другими — пара часов, а чтобы овладеть третьими, потребуется несколько дней. Возьмите на вооружение предлагаемые здесь приемы, и вы обретете уверенность, самообладание и энергию, которые приадут вашей речи динамику и убедительность.