

## ГЛАВА 2

### Продукт должен вызывать восторг

**Х**очу рассказать о Блейке Майкоски, который вызывает возгласы восхищения хотя и отличным от недавно ушедшего от нас великого Стива Джобса способом, но не менее волшебным и удивительным.

В 2006 году Майкоски, путешествуя по Аргентине, заметил, что многие местные детишки ходят босые. Вернувшись в Америку, Блейк основал компанию, которую назвал TOMS Shoes\*. На каждую проданную пару обуви откладывалась вторая пара для нуждающихся детей из бедных семей. На следующий год предприниматель-благотворитель опять отправился в Аргентину, прихватив с собой десять тысяч пар детской обуви. К сентябрю 2010 года TOMS и ее партнеры, в том числе и некоммерческая благотворительная организация Feed the Children, раздали детям из малоимущих семей разных стран мира больше миллиона пар ботинок, сандалий и туфель [1].

Конечно, вы вправе возразить, что пару детской обуви вряд ли можно назвать продуктом, способным вызвать восторг, но для многих малышей, которым помогла TOMS, эти сандалии стали первой парой обуви в жизни. А ведь босой ребенок не может ходить в школу, не говоря уже о том, что босоногие дети рискуют заразиться разными болезнями, вызванными бактериями, живущими в почве. Один мальчишка из Кении, например, сказал: «Я просто счастлив, ведь раньше, просыпаясь по утрам, я не знал, будут ли у меня когда-нибудь сандалии». А кто-то из учителей после раздачи обуви заверил: «Могу точно сказать, что дети, получившие туфли

\* Подробнее о компании можно прочитать в книге Майкоски Б. Оставь свой след. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. Прим. ред.

и ботинки, сегодня не смогут уснуть. Они будут говорить об этом всю ночь!» [2]. Так что восторг и восхищение, как говорится, налицо.

Если у вас, как у Стива Джобса и Блейка Майкоски, имеется продукт, который вы можете продать, или идея, которую стоит предложить миру, то у меня для вас важная новость. Мир нуждается не в *большем* количестве идей, товаров и услуг; миру нужны *лучшие* из них. Или, точнее говоря, ему нужны продукты, способные вызвать возглас восхищения. Это и есть компонент «привлекательный продукт» упомянутого выше уравнения успеха. Но как же создать такое чудо? Как добиться, чтобы наш замысел вызывал у людей столь желанные восторженные эмоции?

Первым делом следует научиться распознавать такие моменты в собственной жизни. Большинство из нас испытывали подобные впечатления. Мы просто не считали нужным хорошенько задуматься и проанализировать ситуацию.

Несколько лет назад я повез жену и младшую дочь в Шотландию. Это была наша первая поездка в эту замечательную страну. Мы взяли напрокат автомобиль и целую неделю колесили по западу шотландского Хайленда. Стартовав из Эдинбурга, мы сначала двинулись на север, в Инвернесс. Затем проехались по западному берегу озера Лох-Несс до Форт-Аугустуса и направились через все нагорье на запад, к острову Скай. Времени у нас было достаточно, и мы наслаждались каждым моментом путешествия.

Подъезжая к городу Портри, столице Скай, мы впервые в жизни увидели пролив Раасай и просто не смогли сдержать коллективного вздоха восхищения. Это было великолепное зрелище! У меня на глаза навернулись слезы. Момент был поистине трансцендентный — нечто такое, чего никто из нас даже не ожидал.

Надо сказать, за эту поездку мы пережили несколько таких моментов: в Эдинбургском замке, в замке Эйлен-Донан, на Каледонском канале, на Килт-роке, в церкви Святой Марии и Святого Финнана в Гленфиннане и на бескрайних шотландских люпиновых полях.

Спустя некоторое время после поездки в Шотландию руководители нашей компании провели собрание по планированию; это мероприятие обычно длится у нас целый день. Во время полуденного заседания я попросил коллег вспомнить о наиболее ярких событиях их жизни. Один рассказал о рождении ребенка. Другой поделился

первым впечатлением от водопада Виктория в Зимбабве. Третий поведал о том, как впервые поцеловал свою будущую жену... Вспоминая все это, люди говорили на удивление вдохновенно; мы видели, как загораются их глаза и светлеют лица. В игре приняли участие почти все присутствующие.

А затем я попросил группу постараться определить, что общего у всех таких моментов. Мы составили перечень. Анализ показал, что каждый подобный опыт в жизни человека обязательно включает в себя следующие десять элементов.

**1. Удивление.** Мы переживаем моменты истинного восторга только тогда, когда реальность превосходит наши ожидания. Именно такая ситуация вызывает в человеке радость, восхищение, изумление, а порой даже трепет и благоговение. Однажды на Рождество мне подарили иллюстрированное издание книги Дэвида Мак-Калоха «1776» [3]. Честно говоря, я просто потерял дар речи. Никогда не видел такой красивой книги. В рекламной брошюре говорилось: «Издание включает точные копии писем, карт и портретов; эта дополненная версия бестселлера Дэвида Мак-Калоха 2005 года представляет собой неотредактированный отчет из первых уст о первых шагах Америки на пути к государственному суверенитету». Абсолютно очевидно, что этот продукт способен вызвать искренний восторг клиента.

**2. Предвкушение.** Предвкушение потрясающего опыта — почти такое же приятное чувство, как и то, которое испытываешь в самый значимый момент. Думая о чем-то особенно хорошем, будто начинаешь переживать это заранее. Например, в данное время мы с Гейл планируем поездку к океану. И обсуждаем предстоящее приключение буквально каждый день. Я составил в уме список дел, которые хочу сделать на отдыхе. Я почти улавливаю на своих щеках свежий океанский бриз... И с каждым днем замечательное чувство предвкушения чего-то очень приятного растет и крепнет.

**3. Резонанс.** Моменты истинного восхищения затрагивают наши сердца. Они на самом глубинном уровне резонируют с этим чувством. Иногда по телу начинают бегать мурашки, а некоторые люди могут

расплакаться. Помню, как однажды наблюдал за двумя своими внучками, впервые в жизни попавшими на берег океана. Они убегали от волн, а волны — от них; девочки были живым воплощением восторга и счастья. Я тогда еще подумал: «О молодость-молодость!».

- 4. Трансцендентность.** В момент истинного восторга человек словно подключается к источнику трансцендентного знания. Он испытывает ощущение четкой цели, осмысленности бытия и даже связи с Богом. Много лет назад, когда я еще работал антрепренером, одна из моих клиенток села за фортепиано, чтобы сыграть нам с бизнес-партнером несколько своих новых песен. Едва она запела, музыка захватила меня целиком. Я понял, что талант ниспослан ей свыше. Красота ее песен потрясла меня до глубины души.
- 5. Четкость.** Когда человек чем-то искренне восторгается, он видит вещи четче и яснее, чем раньше. Он словно по-новому «постигает» их суть. Не так давно я прочел книгу Chasing Daylight («В погоне за ускользающим светом») Юджина О'Келли [4]. Я был просто не в силах оторваться от чтения. Происходило это во время одного из долгих авиаперелетов на Западное побережье. Так вот, за те несколько часов в самолете я понял о жизни больше, чем за все время до этого.
- 6. Неподвластность времени.** Переживая момент истинного восторга, человек забывает о времени. Он не вспоминает о прошлом. Не думает о будущем. И полностью погружается в настоящее, в то, что происходит с ним здесь и сейчас. Вот идеальный пример из моей жизни: однажды вечером я наслаждался общением с дочерью Мэри и ее мужем Крисом, мы сидели на веранде за бутылочкой вина и вели приятную беседу — и несколько часов пролетели как одна минута. Казалось, что время остановилось.
- 7. Универсальность.** Чувство истинного восторга, по сути, почти универсально. Практически любой человек в этот миг испытывает одни и те же ощущения и эмоции. Вот почему Большой каньон Колорадо и французский «Цирк солнца» так популярны во всем мире. Они интересны и привлекают людей независимо от их возраста и этнической принадлежности.

**8. Миссионерство.** Любой человек испытывает непреодолимое желание поделиться своим опытом истинного восторга с окружающими. Просто невозможно держать это в себе, сразу начинаешь вспоминать обо всех, кого вам очень хотелось бы видеть рядом в этот замечательный миг. И настоятельно рекомендуешь этим людям сделать все возможное, чтобы пережить то же самое. Становишься своего рода проповедником, миссионером... Я занимаюсь этим постоянно, рекомендуя особенно понравившиеся мне книги друзьям и знакомым лично, а остальным — в своем блоге. И в компании Apple, как вы, наверное, слышали, тоже есть свои «миссионеры Apple».

**9. Долговечность.** Восторг от пережитого потрясающего опыта не ослабевает. Вы готовы переживать это чувство вновь и вновь. Оно поистине вечное. В 1973 году я попал на концерт удивительной фолк-роковой группы Crosby, Stills Nash & Young, который проходил на Техасском стадионе в Далласе. Я стоял тогда прямо на поле, совсем близко к сцене. Впечатление было просто невероятное. А в 2000 году Гейл подарила мне на день рождения билеты на концерт CSN&Y в Нэшвилле. И на этот раз, двадцать семь лет спустя, я пережил точно такие же сильные эмоции.

**10. Ощущение привилегированности.** Эмоции, пережитые в момент истинного восторга, рождают в человеке чувство благородной гордости. Вы счастливы, потому что стали частью прекрасного. Вы чувствуете себя избранным, своего рода представителем некой элиты — и в то же время полны смиренения и безграничной благодарности судьбе за возможность пережить подобные эмоции. Одна дама по имени Сандра испытала такие чувства после операции по имплантации ушной «улитки». Ко времени хирургического вмешательства женщина практически оглохла. А в день активации имплантата впервые услышала слова внучки: «Бабуля, ты меня слышишь?» Через несколько месяцев слух восстановился. По словам женщины, это было настояще волшебство. «Я впервые в жизни слышала голоса внуков, опять слышала голоса детей, родственников и друзей, и они звучали точно так же, как я их запомнила. Разве может человек пережить что-нибудь более прекрасное?» [5]. Очевидно, что Сандра чувствует себя одновременно и избранной, и бесконечно благодарной судьбе.

Итак, чтобы добиться успеха, прежде всего следует стать экспертом в деле распознавания моментов восторга в вашей жизни. И, что еще важнее, нужно научиться распознавать их отсутствие — и заставлять себя добиваться желаемого, стремиться к замечательным эмоциям и ощущениям. Ни в коем случае не довольствуйтесь меньшим, ведь в результате вы лишаете не только себя, но и своих клиентов замечательных впечатлений, которых они от вас ждут и которых, без сомнения, заслуживают. Это основа для создания надежной платформы.