ВВЕДЕНИЕ

Весь мир — театр

Более четырех веков назад великий Уильям Шекспир написал свою знаменитую фразу: «Весь мир — театр», и сегодня она даже более актуальна, чем прежде. Если вам есть что сказать миру — в блоге, на семинаре, в книге, песне, сценарии, проповеди или пьесе — значит, вы тоже находитесь на сцене. Как и тогда, когда у вас есть что продать людям, предложив это в ходе личного общения, огромной аудитории сразу, через Интернет.

Но в наши дни на сцене толпится гораздо больше людей, чем в прежние времена, и просто стоять здесь — ничего не значит, если софиты светят не на вас, а в зале нет ни единого зрителя, пришедшего посмотреть именно на вашу игру.

В этой книге описывается, как привлечь внимание аудитории, зажечь самые яркие лампы и вызвать в людях истинную любовь и верность, чтобы они ждали каждой вашей реплики, видели каждую сцену, каждый акт. Я говорю вовсе не об эгоцентризме и не о желании любыми способами оставаться в центре внимания. Речь идет о том, чтобы предложить людям нечто имеющее для них реальную ценность и найти самые эффективные способы донесения этого послания до всех, кому ваш продукт будет действительно полезен.

Если вы нацеленный на успех (или уже преуспевающий) автор, актер, музыкант, лектор, торговый агент, кандидат на государственную должность — то есть человек, которому есть что сказать или продать, — хочу предложить вам помощь, чтобы вы не только вышли на новую сцену, но и привлекли к себе такое внимание аудитории, о каком прежде даже не могли мечтать.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

НОВАЯ СЦЕНА

Если вы не работаете в издательском бизнесе и не читаете мой блог, вполне вероятно, что до тех пор, пока к вам в руки не попала эта книга, вы обо мне и слыхом не слыхивали. Да и с чего бы, ведь я не знаменитость. Я не ведущий ток-шоу или другой телепрограммы; мое имя ни разу не упоминалось в хит-парадах, и я никогда не баллотировался на высокий государственный пост и, следовательно, не занимал его (и слава Богу!).

Но, несмотря на это, у меня уже сейчас есть нечто, в чем вы нуждаетесь, — нечто, о чем мечтает каждый, кто хочет достичь успеха в своей сфере деятельности. И это нечто называется *платформой*.

Все очень просто: платформа — это такая штука, на которую надо влезть, чтобы вас услышали. Это ваша сцена. Но в отличие от театральных подмостков современная платформа строится не из дерева или бетона и располагается не на зеленой лужайке. Современная платформа состоит из людей. Из контактов. Взаимосвязей. Последователей и единомышленников.

Такая платформа представляет собой инструмент, с помощью которого вы налаживаете связь со своими нынешними и потенциальными сторонниками. Она может включать в себя сайт вашей компании, блог, учетную запись в Facebook и Twitter, онлайновое видеошоу или подкаст. В нее также могут входить ваши публичные выступления в качестве лектора, музыканта или актера. Платформа может включать даже традиционные медиа, такие, например, как тематическая колонка в газете, журнальные статьи или радиошоу. Как правило, в ней есть всего понемногу.

КОМПОНЕНТ *КТО*

Как и в былые времена, сегодня успех зависит в первую очередь не от того, *что* вы знаете, а от того, *кого* вы знаете. Из этих людей и формируется ваша платформа. Вполне возможно, у вас уже есть важное и значимое *что* (по крайней мере вы так думаете). Но вам нужно сделать так, чтобы ваш голос услышали в нестройном хоре тысяч других голосов; вам

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

необходимо найти действенный способ представить свое потрясающее, полезнейшее *что* другим людям. А я помогу вам найти компонент *кто* данного уравнения и соединиться с этим компонентом.

Возможно, сейчас вы подумали: «А почему я вообще должен слушать его рассуждения на эту тему?». Отвечу. Мой блог, MichaelHyatt.com, ежемесячно посещают свыше 400 тысяч пользователей. Кроме того, более 50 тысяч подписались на мои ежедневные посты в блоге. В сущности, эта книга в значительной мере основана на моих постах, посвященных социальным сетям. Многие люди просили и даже требовали, чтобы я наконец собрал все свои высказывания по этому поводу в одно целое, и в итоге я сел и сделал это (с весьма существенными дополнениями). А еще у меня больше 100 тысяч фолловеров в Twitter и 15 тысяч друзей в Facebook.

И всего этого я достиг за последние шесть лет.

Будучи человеком, соединенным с множеством *кто*, я могу с уверенностью утверждать, что создание собственной платформы больше не сопровождается неприятным чувством, которое испытываешь, когда тебя отсеивает посредник, инвестируя тысячи долларов в консультантов, или досконально изучив сложные и запутанные технологии.

Еще пять лет назад все это имело место. Но не сегодня. Технологии социальных медиа резко изменили ситуацию. В наши дни впервые в истории самые обычные люди — не знаменитости, а обычные люди, такие как вы и я, — могут довольно легко стать заметными в этом чересчур шумном и суетливом мире.

УРАВНЕНИЕ

Несколько дней тому назад я получил письмо от одного весьма честолюбивого автора, изо всех сил пытающегося выделиться на фоне многомиллионной (в буквальном смысле) толпы конкурентов. Надо сказать, книгоиздательство — вообще весьма специфический бизнес. А эта дама представляет собой идеальный пример человека, убежденного, что ее книга (то есть компонент *что*) — все, что нужно для успеха. Ее послание было типичным; мне как председателю совета директоров Thomas Nelson Publishers приходится читать и слышать подобное практически каждую неделю. Вот что написала эта дама:

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

> Двое уважаемых агентов сказали мне, что моя заявка и сама книга им очень понравились, и выразили желание представлять ее. Но только после того, как у меня в социальной сети будет не менее нескольких тысяч фолловеров. Меня это, признаться, неприятно удивило: а что, разве по-настоящему хорошая книга не выделяется среди остальных сама по себе? Неужели современные писатели обречены тратить драгоценное время на то, чтобы заманить в свои сети как можно больше блогеров?

На первый ее вопрос я сразу отвечу отрицательно. Нет, в наши дни хороший продукт сам по себе среди других не выделяется. Высокое качество — требование необходимое, но недостаточное. А вот на второй вопрос ответ положительный. Для создания части уравнения *кто* необходимо действовать активно и решительно. Чтобы преуспеть в современной бизнес-среде, нужны два компонента: привлекательный продукт *и* серьезная платформа.

Мало просто изготовить отличную вещь, написать красивую музыку или захватывающий роман, составить интересное сообщение или предложить многообещающий проект. Почему? По двум причинам.

1. **Конкуренция в наши дни сильнее, чем когда-либо прежде.** Вам приходилось покупать что-нибудь в Интернете? Я недавно искал в Amazon телевизор с плоским экраном. На мой запрос вывалилось 19 069 ответов! Конечно, это невероятно много, но именно с такой реальностью сталкивается любой человек, решив донести до окружающего мира весть о том, что он хочет продать.

2. **Внимание современного человека рассеяно и рассредоточено.** Дело не только в том, что сегодня нам доступно гораздо больше продуктов, чем прежде. В нашем распоряжении еще и несравненно больше средств массовой информации. Больше фильмов. Телевизионных каналов. Компьютерных программ, радиостанций, подкастов, видеоигр, новостных сайтов и блогов… Нельзя не упомянуть также Facebook и Twitter. А внимание человека — *ресурс ограниченный;* иными словами, чтобы привлечь к себе хотя бы малую долю этого внимания, приходится вступать в конкурентную борьбу со всеми остальными медиа.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Очевидно, с вашей точки зрения все это звучит не слишком обнадеживающе, как и по мнению вышеупомянутой дамы, приславшей мне письмо, однако я предпочитаю видеть в сложившейся ситуации и позитив. Никогда еще в нашем распоряжении не было такого количества способов, позволяющих (если делать все правильно) быстро и эффективно связаться с огромным числом людей. Вот тут-то на первый план и выходит задача создания собственной платформы.

Я могу назвать как минимум три неоспоримых преимущества, которые получаешь в результате ее строительства и дальнейшей поддержки.

1. **Платформа обеспечивает видимость.** Как вы уже, конечно, поняли, *платформа* — это метафора. То есть это та самая сцена, о которой я говорил выше; поднявшись на сцену, возвышаешься над толпой. Если ты оказываешься на сцене, все тебя видят. Это чрезвычайно важно в нашем безумном мире, где все больше людей и компаний борются за внимание клиентов.

2. **Платформа многократно усиливает ваш голос.** Благодаря ей он начинает выделяться в общем нестройном хоре толпы. Задолго до появления современной звуковой аппаратуры проповедники и политики, чтобы быть услышанными, забирались на кафедры, трибуны, подиумы и прочие возвышения. Наши аудиосистемы многократно усиливают звук человеческого голоса, поэтому нас слышат десятки тысяч людей. А самые современные медиа — особенно социальные — позволяют охватить максимально широкую аудиторию.

3. **Платформа обеспечивает двустороннюю связь.** Традиционные медиаплатформы обеспечивают нас своего рода односторонней связью. Вы будто бы «лично знаете» ведущего ток-шоу, артиста, докладчика на конференции. Социальные же медиа сделали эти взаимоотношения принципиально новыми. Благодаря им стала возможной *двусторонняя* связь — взаимная *заинтересованность*. В результате сегодня каждый может наладить более тесную связь со своими фанатами, клиентами и сторонниками.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

***

Теперь, когда вы поняли базовую концепцию платформы, кратко опишу, как я собираюсь провести вас через весь процесс ее построения для вас и вашего продукта или идеи.

Из части I книги «Удивите своего клиента» вы узнаете, как создать, назвать и «упаковать» привлекательный продукт (компонент уравнения *что*). Если не сделать это правильно, все остальное будет уже неважно. Добившись нужного результата, можно переходить ко второму компоненту — *кто*.

В части II «Приготовьтесь к выходу на рынок» описывается весь подготовительный процесс, от настройки инструментов для брендинга до обеспечения горячей поддержки и одобрения продукта и создания собственного комплекта онлайновых мультимедийных средств.

Затем мы перейдем к частям «Создайте свою базу» (в ней обсуждаются детали построения мощной базы для собственной платформы) и «Расширяйте свое влияние», в которой поговорим об общении в блоге, Twitter и Facebook. А заканчивается описание частью V «Увлеките свое племя», содержащей ценную информацию о том, как отслеживать успехи своего бренда и поддерживать интерес аудитории.

Структура книги превращает чтение в очень простой и приятный процесс. Возможно, вы захотите прочесть ее от корки до корки, а может, решите выбрать тему, которая интересует вас больше остальных, и полностью погрузиться в нее. В каждой главе обсуждаются разные и, по сути, самостоятельные вопросы. (Кстати, я почти не сомневаюсь, что многие из вас первым делом прочтут последнюю главу «Монетизируйте свой блог».)

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>