

# Часть 6

## Разрешение вопросов

**Н**ачну этот раздел, перефразируя закон Мерфи: «Если вы надеетесь, что все пять стадий встречи пройдут гладко, этого не случится».

И напротив, если вы ждете, что встреча по той или иной причине пойдет не так, вы с гораздо большей вероятностью сможете повести ее в правильном направлении. Этому и посвящен данный раздел. Я дам вам конкретные советы относительно того, как справляться с трудностями, которые возникают при столкновении с людьми или событиями, не поддающимися нашему контролю, например:

- когда вашу встречу постоянно прерывают;
- когда клиент вставляет вам палки в колеса;
- когда ваш партнер не выполняет своих обязательств;
- когда все идет не по-вашему.

В следующей главе мы поговорим о том, как реагировать в случае, если планируемый ход вашей встречи оказывается нарушен вмешательством, ошибкой или катастрофой.

# Глава 33

## Вмешательства, ошибки, катастрофы

От любой встречи можно ожидать, что в чем-то она будет несовершенна. Вы способны справиться с такими несовершенствами, если: 1) ожидаете их; 2) рассматриваете их как возможности.

### Вмешательства

Вмешательство — шанс продемонстрировать свое уважение к клиенту.

Когда у него звонит телефон, в комнату входит ассистент или еще что-то прерывает ваш разговор — это не пренебрежение лично вами. Это просто отражает реальное положение вещей: любой еще не состоявшийся проект менее важен, чем находящийся в работе. Если вы изображите обиду, клиент поймет, что вы «не в теме».

В Голливуде вмешательства бывают повседневными и причудливыми. Что касается повседневных — меня часто прерывали телефонные звонки начальства или продюсеров, которые требовали от меня решения производственных проблем. Из причудливых — примерно раз в месяц я получала сценарий, оформленный необычным образом: обернутый вокруг ножа-мачете (приключенческий фильм о джунглях), помещенный внутрь клетки с лабораторными крысами (медицинский триллер) или завернутый в красную фольгу, словно коробка конфет на День святого Валентина (романтическая комедия).

Профессионалы понимают, что вмешательства неизбежны, и применяют следующую стратегию.

[>>>](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайте [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua)

1. *Дают клиенту свободу действий.* Переключите внимание с клиента на что-либо еще, если это уместно. Можете заняться чтением материалов, которые приготовили для приемной.
2. *Если возможно, обеспечивают клиенту уединение.* Предложите клиенту оставить его на несколько минут или даже зайти в другой раз.
3. *Подготавливают резюме.* Когда клиент освободится, резюмируйте все сказанное до момента вмешательства. Это усилит ваши позиции и продемонстрирует вашу собранность.

Если вы запланировали получасовую встречу, а вас прервали на двадцать пятой минуте — это, возможно, не вмешательство. Похоже, это сделано специально: руководители часто договариваются с ассистентом о тайном сигнале. Например, мой коллега звонит ассистенту и просит «заказать сэндвичи на обед». Это означает, что через пять минут ассистент должен войти и прервать встречу. Вот вам еще один повод закладываться на чуть большее время, чем вам в действительности потребуется для разговора с клиентом.

## Ошибки

Ошибки — шанс показать, что вы умеете держать баланс.

Вот примеры ошибок: вы не туда сели, говорите сбивчиво не в силах победить волнение, долго роетесь в кейсе в поисках нужного документа и т. п. Ничего страшного — с кем не бывает. Вам всего лишь следует это признать, если нужно, и двигаться дальше.

Однажды в моем офисе проходила встреча со сценаристом, посвященная проекту, над которым мы вместе работали. Представляя мне свой сценарий, он попивал апельсиновую шипучку. И как раз в тот момент, когда ему предстояло назвать имя убийцы, у него вырвалась звучная отрывка. Секунду мы смотрели друг на друга. Потом он сказал: «Похоже, за меня высказался тунец, которого я съел на завтрак». Мы посмеялись, он покраснел, а потом продолжил говорить.

## Катастрофы

Катастрофы — ваш шанс показать, что для вас нет ничего невозможного.

Катастрофы случаются — к счастью, нечасто. Однажды мою встречу с режиссером, проходившую вполне успешно, прервало... шестибалльное землетрясение.

Мы находились в новом здании MGM, построенном с использованием всевозможных систем защиты от землетрясений. Хотя мой офис располагался на пятнадцатом этаже, мы остались целы и невредимы. Правда, битых полчаса раскачивались за столом, словно маятники.

В такой ситуации сложно сосредоточиться на деле. Лучшее, что вы можете сделать, — «переключить передачу». Пока земля под нами сотрясалась, мой собеседник воспользовался шансом создать гармонию, и мы поговорили о нашем общем пристрастии — йоге. Когда деловая беседа наконец возобновилась, я с большим интересом и вниманием дослушала его презентацию.

Вмешательства — в порядке вещей, ошибки неизбежны, а катастрофы эпизодичны. Не позволяйте ничему сбить вас с толку. Будьте готовы к таким возможностям и пользуйтесь ими. Впечатлите клиента своим умением приспособиться ко всему происходящему. А если на завтрак ели тунца — лучше обойдитесь без шипучки.

# Глава 34

## Плохие клиенты

Большинство клиентов плохи. Они плохо подготовлены и рассеянны. Им сложно запомнить ключевые моменты вашей презентации. Они задают вам посторонние вопросы и больше склонны говорить о себе, нежели о делах.

Этого следует ожидать. В конце концов, даже плохой клиент — это клиент. Пока он не выходит за рамки, лучше приспособливаться к его поведению и не терять нить беседы.

Вот несколько наиболее распространенных ситуаций и советов по их преодолению.

*1. Очень важно, чтобы клиент ознакомился с вашими материалами до встречи.*

- Позвоните днем раньше и скажите: «Просто хочу убедиться, что вы получили материалы на прошлой неделе. Вы успеете просмотреть их до нашей встречи?»
- В ходе самой встречи выделите время для создания гармонии, а когда перейдете к делу, поинтересуйтесь: «Вам удалось взглянуть на материалы?»
- Если ему не удалось, спросите: «Когда мне зайти в другой раз?» Часто клиенты отвечают: «Нет-нет, не уходите. Дайте мне пять минут, я все прочту прямо сейчас». Для вас это не проблема — у вас есть материалы для приемной.

## *2. Если клиент рассеян...*

Если клиент занят электронной почтой, углублен в свои бумаги и т. п., предложите: «Я могу подождать несколько минут, пока вы закончите» Или, например: «Я не вовремя? Можем перенести встречу, если хотите». Пусть ваш тон будет теплым и вежливым — стоит в голосе появиться малейшему раздражению, все пропало.

*3. Если клиент склонен много говорить о том, что не имеет отношения к делу...*

Пообщавшись несколько минут на его тему, аккуратно верните разговор в русло обсуждаемых дел: «Это так интересно... Просто чтобы наверняка уложиться в ваш график — давайте поговорим о...»

## *4. Если клиент выглядит незаинтересованным...*

Если вы не владеете вниманием клиента, необходимо «переключить передачу». Предположим, в середине вашей презентации клиент начинает озиаться по сторонам, смотреть на часы, постукивать ногой по полу, ерзать в кресле и так далее. Что делать вам?

Проще всего привлечь внимание клиента, сделав паузу и задав вопрос. Используйте этот момент для сбора информации. Если проблематично подобрать подходящий вопрос, всегда можно прибегнуть к шаблонному: «Какие у вас вопросы на этом этапе?» Также полезно сменить позу (попробуйте наклониться вперед) и интонацию.

Если вы сумели создать в достаточной мере гармоничные отношения, можете обойтись без церемоний и намеков «Так... на чем я вас потерял?» в любом случае вы не должны продолжать презентацию, пока вновь не завладеете вниманием собеседника.

Если он выглядит равнодушным — не напирайте на него, постарайтесь завершить встречу, не уронив своего достоинства. Это важная возможность для сбора информации, не следует ее упускать. Вы приложили усилия к тому, чтобы попасть в эту комнату и выступить с презентацией, которую, как вы считаете, клиент хочет услышать. Если ему неинтересно — нужно выяснить почему.

*5. Если клиент предлагает плохую идею...*

Как ни странно это звучит, если идея плохая, это хороший знак. Это означает, что клиент подумывает о том, чтобы купить товар, услугу или идею, и пытается их улучшить.

Часто клиенты выявляют настоящие проблемы, но у них нет хорошего решения. Ваша цель — найти причину, породившую их идею. Скажите: «Мне нравится ход ваших мыслей. Какой конкретно вопрос вы хотите этим решить?»

*6. Если клиент предлагает настолько ужасную идею, что вас бросает в пот...*

Иногда клиент хочет самоутвердиться, послушать собственную речь либо просто считает, что на всем должен оставить отпечаток своего гения. В Голливуде такое случается постоянно и стало кошмаром для большинства сценаристов.

Когда я работала младшим руководителем, у меня был начальник, который не блистал здравым смыслом в отношении кастингов. Скажем так: он знал толк в предпринимательстве, а в мою компанию пришел с идеей сделать работу над фильмом выгоднее.

Деловая жилка у этого человека была, а вот художественный вкус отсутствовал напрочь. Например, он считал лучшей актрисой в мире Кармен Электру и предлагал ее в любой фильм — будь то комедия, драма, исторический фильм или военная эпопея.

Ничего дурного не хочу сказать о самой Кармен — есть жанры, которые ей удаются. Однако мы встречались с режиссером уровня Мартина Скорсезе, обсуждался драматический проект вроде «Королевы», и тут мой шеф заявил: «У меня есть отличная идея. Что если роль королевы Елизаветы сыграет Кармен Электра?»

Продюсеры и режиссер лишились дара речи, но я знала прием против такого лома: «Интересная идея, — сказала я. — Внесу ее в список, и мы это обсудим».

Вот в целом и вся техника. Воодушевленно поддержите абсурдную идею. И забудьте о ней.



*7. Если клиент предлагает целую кучу ужасных идей...*

Найдите хоть что-нибудь хорошее и сосредоточьтесь на этом. Выберите хотя бы один объект для комплимента, например: «Мне понравилось про ...». Записывайте все и доведите встречу до завершения. Когда вернетесь домой, спокойно и трезво обдумайте варианты действий. Если компромисс для вас невозможен — вежливо откажитесь от проекта.

*8. Если клиент предлагает действительно хорошую идею...*

В таком случае вам повезло. Если вы сможете воплотить идею клиента в проекте, он будет куда более заинтересован в том, чтобы все получилось.

Поэтому признайте за ним этот вклад. Скажите: «Это прекрасная идея. Особенно мне нравится ...». Будьте точны, произнося комплименты.

*9. Если клиент задает враждебные вопросы...*

Будьте готовы к коварным вопросам. Клиенты часто изображают «адвоката дьявола». Однако если вам кажется, что клиент пытается вас «завалить» или прочесть ваши мысли, — остерегайтесь. Существуют определенные границы, и если он за них выйдет, укажите ему на это.

Это нелегко, знаю, но будьте хладнокровны. Сосредоточьтесь на ответах по существу вопроса. Возможно, это только проверка. Не исключено также, что клиент просто не очень умный человек. Но если он не выходит за рамки дозволенного — занимать ответную враждебную позицию не в ваших интересах.

*10. Если клиент позволяет себе лишнее...*

В основном речь идет о расизме, гомофобии, антисемитизме, угрозах или сексуальной агрессии. Такие вещи редки, но все же встречаются. Кроме того, у всех нас разное личное пространство и разное понятие о границах дозволенного. Но если клиент пересек *вашу* границу, советую ответить прямо и по делу. Если вы не пресечете такое поведение сразу, ситуация может усугубиться, и разгребать ее потом будет гораздо сложнее.

Однако если вы вовремя дадите клиенту понять, что он перегнул палку, он, возможно, примет это к сведению и изменит свое поведение.

Поэтому будьте тверды, но давайте клиенту свободу. Если он выйдет за рамки, вы можете сказать: «Не ожидал услышать это от вас. Мне это не очень нравится».

Если клиент извинится, можете продолжать встречу. Если нет — заканчивайте. После этого, что бы ни происходило, зафиксируйте все в письменном виде и сохраните любые значимые доказательства. Нельзя знать наперед, когда вам пригодится доказательство того, что именно клиент, а не вы, повел себя в переговорной комнате неподобающим образом.

И наконец, помните: клиенты (мы не говорим сейчас об идиотах) — тоже люди. Многие слишком загружены работой и находятся в стрессовом состоянии. Как и у вас, у них бывают неудачные дни, моменты ступора или слабости. Поэтому, если вы почувствуете, что клиент не настроен на сотрудничество, не расстраивайтесь и не принимайте это на свой счет. Сохраняйте сосредоточенность и найдите способ наладить личный контакт. Клиент, которому вы симпатичны, вряд ли будет плох для вас.

# Глава 35

## Непредсказуемые партнеры

Лев Толстой писал: «Все счастливые семьи похожи друг на друга, каждая несчастливая семья несчастлива по-своему». То же можно отнести и к деловым отношениям. Каждое неудачное партнерство имеет уникальную историю того, «почему ничего не получилось», а у успешных много общего.

За годы работы мне пришлось встретиться со многими партнерами — писателями и продюсерами, и мое чутье в большинстве случаев позволяет мне определить, насколько сложится сотрудничество. В целом создать и поддерживать крепкие партнерские отношения (избегая всяческих выхонок) можно, настроившись в первую очередь на успех.

- Выбирайте партнера, с которым у вас общие цели и чьи навыки дополняют ваши.
- Оговаривайте все условия сотрудничества в самом начале.
- Всегда встречайтесь до переговоров.

### Мудро выбирайте партнеров

Отношения оказываются продолжительными, если целое больше, чем сумма компонентов. Если у вас с партнером сходные навыки и воззрения, вам не придется долго приспособливаться друг к другу. Вы легко можете заменять друг друга, но вам нужно научиться друг друга *дополнять*. Тогда у каждого из вас будет своя сфера компетенции и каждый из вас сможет уравнивать своими сильными сторонами слабые стороны другого.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

## Договаривайтесь на берегу

Как ни печально, подобно большинству романов, деловые отношения заканчиваются. Имейте это в виду. Очень часто приходится слышать: «Я работал над одним проектом, а мой партнер меня подвел», «Я начал свое дело вместе с двумя ребятами, а потом у нас произошел разлад» и т. п.

Пребывая в радостном волнении по поводу нового начинания, мы естественным образом настраиваемся только на идеальный результат. Захлестываемые волной оптимизма, мы говорим себе: «Будем работать над этим вместе, а потом продадим за кучу денег и пораньше уйдем на пенсию». Так, влюбившись, в припадке романтики думаешь: «Мы поженимся, нарожаем детей, будем жить долго и счастливо и умрем в один день».

В деловых отношениях здоровая доля реализма поможет обеим сторонам в долгосрочной перспективе. В частности, необходимо понимать, что придет время действовать самостоятельно, — и быть к этому готовым. Для меня отрезвляющим фактором стала беседа с моим адвокатом во время работы над одним из совместных проектов. Он спросил меня: если мой партнер умрет, захочу ли я вести бизнес с его супругой? Если я умру, перейдет ли моя доля в бизнесе немедленно моему партнеру? Выкупит ли он мою долю? Что если бизнес окажется в долгах? Возьмет ли на себя моя семья обязательства по его погашению? До того момента я не задавалась такими вопросами.

Многие люди не оговаривают условия из-за боязни испортить отношения. Кроме того, помощь юриста стоит недешево. Вопрос в том, насколько серьезно вы настроены. Профессионалы ценят вложенные ими время и усилия. Они тщательно отбирают проекты и строят планы. Обсуждение соглашения в начале совместной деятельности может доставлять некоторый дискомфорт, но это гораздо лучше, чем обсуждать все уже в процессе работы, когда на карту поставлено многое.

## Статус или успех?

Эта дилемма обычно возникает при существенном различии в статусе партнеров. Собственно, проблема зиждется на нежелании участника, обладающего более низким статусом, признать этот факт. Ему хочется думать, что партнер действительно сотрудничает с ним на равных. Более того, ему хочется, чтобы партнер тоже так думал. Не оговаривая вовремя условий, он пускает дело на самотек. Таким образом, погоня за высоким статусом у него подменяет желание быть по-настоящему успешным.

Ошибка!

В Голливуде это выглядит так. Двое многообещающих продюсеров-идеалистов создают прекрасный сценарий, но не могут «протолкнуть» его на студию. Они встречаются с именитым продюсером, который соглашается стать их партнером. «Мы составим договор, когда ваш сценарий купят, — говорит он. — Я позабочусь о том, чтобы вы не остались внакладе».

Именитый продюсер делает один телефонный звонок, проводит одну встречу и получает предложение на сумму в триста тысяч долларов. Затем этот именитый продюсер звонит начинающим и говорит: «У меня хорошие новости. За сценарий дают триста тысяч. Вот как мы их поделим. Моя квота («квотой» в Голливуде называют стандартное вознаграждение) составляет триста тысяч долларов, но я буду хорошим парнем и отдам вам пятьдесят тысяч. А главное, ребята, по вашему сценарию будут снимать фильм!»

Начинающие продюсеры огорошены — ведь они считали, что сотрудничают на равных. Так как их двое, они просят 200 тысяч. Продюсер смеется. Тогда они просят 100 тысяч. Безрезультатно. В игру вступают юристы. Несколько месяцев уходит на недружелюбные переговоры. Наконец студия теряет интерес к проекту, и сделка прогорает.

Чтобы не раскачивать лодку посреди моря, договаривайтесь на берегу.

## Встречайтесь до переговоров

Выступление с презентацией в тандеме имеет столько же преимуществ, сколько и недостатков. С одной стороны, на вас работают объединенные усилия и опыт. С другой стороны, количество непреднамеренно высказанных глупостей в этом случае прямо пропорционально числу участников. Предварительные встречи закрепляют навыки совместной работы и позволяют избежать множества возможных ошибок.

На предварительной встрече четко распределите роли (кто на какой стадии переговоров будет играть первую скрипку) и продумайте, как вы будете разрешать возможные проблемные ситуации. Вот несколько вопросов, которые помогут вам в этом.

- Какова наша общая цель на этой встрече?
- Будем ли мы пользоваться записями или визуальными материалами?
- Будем ли мы делать записи? Если да, то как?
- Сколько каждому из нас нужно времени на передышку?
- Кто из нас будет лидировать во время переговоров?
- Как мы рассядемся?
- Как будем представляться?
- Будем ли мы придерживаться определенного графика?
- Можно ли прерывать говорящего? Если да, то как?
- Когда и как лучше передавать слово другому?
- Как поступим, если во время встречи у нас возникнут разногласия?
- Как мы можем поддержать друг друга?
- Кто будет выступать с заключительным словом?

Вы должны иметь возможность общаться друг с другом во время переговоров с клиентом, разумеется, так, чтобы последний этого не заметил. Так что включите воображение и придумайте вербальные

и невербальные сигналы, с помощью которых сможете передавать важные для вас «сообщения».

## Оставьте проблемы на потом

Разногласия урегулируйте после переговоров, но не во время. Обсуждение разногласий после встречи поможет укрепить взаимопонимание и провести следующую презентацию на более высоком уровне.

\* \* \*

Возможно, вы уже готовы перевернуть страницу — но подождите. Это не рекламная уловка. Следующую главу я написала на тот случай, если вы окажетесь в действительно безвыходной ситуации. Вообще-то, конечно, вреда не будет, если вы прочтете ее прямо сейчас, но если оставите до нужного момента, то получите больше пользы.

# Глава 36

## Если вы в тупике

За годы работы в MGM, а затем и в собственной компании я накопила большой опыт помощи клиентам в трудных ситуациях. Однако я не психолог и не инструктор по личностному росту. Мои предложения — не результат тренингов или семинаров. Они основаны на действиях, которые приносят результат. Поэтому если то, что я предложу, вам не подойдет — не страшно. Если подойдет — прекрасно. Моя единственная цель сейчас — передать вам то, что помогло профессионалам творческих профессий на всех уровнях.

### Посмотрите фактам в лицо

Ощущение, что вы приперты к стене, не из приятных — отлично понимаю и глубоко сочувствую тем, кто его испытывает. Возможно, вам не удастся выполнять работу так хорошо, как хотелось бы. Или вы блестяще справляетесь с ней, но замечаете, что результат, похоже, никому не нужен. А может, дело, которому вы отдавали себя без остатка, перестало вас интересовать. Будем взрослыми людьми: в тупике плохо.

Чтобы из него выйти, нужно взглянуть фактам в лицо. Вот они.

1. Тупик — это нормально.
2. Когда-нибудь вы снова окажетесь в тупике.
3. Тупик — это ценная возможность.

Я знаю, что тупики способны огорчать, сводить с ума и даже доводить до депрессии. Я не прошу вас улыбаться вопреки и назло;

[>>>](http://kniga.biz.ua)



не советую, просыпаясь по утрам, внушать себе, что все замечательно. Однако мой профессиональный и личный опыт говорит о том, что, если верно подойти к тупиковой ситуации, она поможет понять крайне важные вещи, которые не постигнешь иным путем.

## Определите выгоды

Преимущества тупиковой ситуации многочисленны и весомы. Ищете ли вы вдохновения в работе или разрешения сложной жизненной ситуации — как это ни парадоксально, зайдя в тупик, вы приблизились к одному из выходов.

- Вы отдохнете и тем самым восстановите силы.
- Вы извлечете важный урок.
- Вы скорректируете свой курс.
- Вы придете к тому, что давно вас влекло.

Не зная вашей конкретной ситуации, я не могу сказать, к чему именно вы придете. Полагаю, существует вероятность, что вы никогда не выберетесь из западни, в которую угодили, — но такая вероятность ничтожно мала. Скорее вы извлечете из своего положения многочисленные выгоды. Учтите это, когда дела пойдут неважно.

## Будьте любопытны

Неважно, насколько талантлив писатель — поединок с пустой страницей требует громадных волевых усилий, а также (лучшего слова не подберу) веры. Даже мои клиенты, ставшие лауреатами «Оскаров» и «Эмми», все еще борются со страхами, нервозностью и ощущением, что больше им уже не создать ничего стоящего. Их опыт, казалось бы, убедительно свидетельствует об обратном, но это не избавляет их от постоянного страха, что грандиозный успех был случайным или что прошлый раз был последним, а не последним, так предпоследним и т. д. Им нужно не только оправдывать былые успехи, но и превосходить их. Представьте себе, у многих из них тоже есть семьи, отношения,

преследующие их старые долги и ошибки прошлого. Груз, пополняющий и без того нелегкую ношу, создает немалое давление.

Удивительно ли при этом однажды обнаружить себя в тупике? Они теряют интерес к работе. Они забывают, зачем, помимо денег, взялись за этот проект. Они не понимают, почему избрали для себя эту профессию. И вот работа летит в тартарары, карьера поставлена под удар, сроки поджимают, а сил нет.

Что они тогда делают? Прежде всего поддерживают у себя правильное отношение к ситуации, напоминая себе следующее.

- Им уже доводилось попадать в тупик и еще доведется. Возможно, сейчас кажется, что наступил конец света. Однако, если быть честным и напрячь свою память, в прошлый раз тоже так казалось. Значит, и теперь это не реальность, а личное восприятие.
- Единственная причина тупиковой ситуации — в том, что они не делают чего-то, что нужно делать. Как только они поймут, что это и как это делать, — ситуация разрешится.
- Выход есть всегда, и ищущий его находит.

Когда разум изможден, нервы натянуты, силы исчерпаны, а вера в лучшее утрачена, кажется, навсегда, над бездной держит только любопытство: сумеет ли это «нечто» выдернуть меня из опостылевшего болота? Если вам удалось сохранить любопытство — вы на верном пути. Это признак душевного здоровья. Любопытство означает, что ваш разум открыт, а вы достаточно мужественны, чтобы столкнуться лицом к лицу с неизвестностью. Терять вам нечего, а побороться стоит.

## Умный гору обойдет

Возможно, вы знаете: книга «Дзен и искусство ухода за мотоциклом» — признанный бестселлер. Но вряд ли вам известно, что рукопись Роберта Пирсига отвергло 121 издательство, прежде чем ее приняло издательство Viking.

[>>>](http://kniga.biz.ua)

В этой книге Пирсиг описывает, как выходить из тупиков. Он называет стратегию выхода «боковым уводом». Вот что это такое. Представьте, что вы пытаетесь взобраться на вершину горы — это цель. Вы пытаетесь взобраться напрямую — это самый эффективный путь. И вдруг сталкиваетесь с неприступным на вид валуном — это препятствие. Чем лупить его ногами, лучше его обойти — то есть двигаться по окружности горы, пока не найдете другой путь наверх.

Вот как эта метафора проецируется на реальную жизнь.

1. Перестаньте делать то, что делаете.
2. Сделайте что-то другое.
3. Дождитесь искры, вспышки или молнии вдохновения.
4. Вернитесь к изначальной цели, но используйте новые способы ее достижения.

Я читала, что, когда у Стивена Спилберга не ладится работа над фильмом, он отправляется в долгие поездки на машине. Джулия Кэмерон, автор книги «Путь художника», любит печь пироги и торты. Кто-то расхаживает взад-вперед, кто-то рисует каракули, кто-то делает перестановку в доме. В любом случае делайте то, что выведет из тупика ваш разум. В конце концов подсознание поможет вам — озарение придет, уверяю вас. Тогда продолжите свой путь к вершине.

Многие люди, поняв наконец, что надо делать, говорят: «Конечно! Это же очевидно! Почему такие простые вещи я узнаю ценой таких страданий?» Дело в том, что тупик — единственный способ чему-то научиться. Ваша задача — ценить это и уметь выходить из тупиков.

## Дайте себе передышку

Вы долгое время, не зная, что делать, бились головой о стену (надеюсь, воображаемую) и в результате раздражены и измучены. Возможно, вам необходимо серьезное испытание, прежде чем вы двинетесь в обход, полезете выше или пойдете напролом. Поэтому иногда, когда непонятно, что делать, нужно не делать ничего.

Если это вам подходит — советую перестать пытаться улучшить себя и свое положение. Перестаньте стараться. Перестаньте действовать. Просто дайте себе упоительную передышку.

Не впечатляет? Так призовите на помощь здравый смысл. Любая тупиковая ситуация изматывает, поэтому первое, что нужно сделать, — отдохнуть.

Наполните бак, прежде чем снова садиться за руль.

## **Будьте готовы попросить о помощи**

Как вам известно, в Голливуде есть люди, которые ни в чем не знают меры. Они играют с огнем, не видя в том вины: накачивают себя алкоголем, набирают огромный вес, употребляют наркотики или работают на износ. Но в саморазрушении нет ничего специфически голливудского. Знаменитости — обычные люди, просто у них такая работа: их успехи и неудачи сразу становятся всеобщим достоянием.

Я не хочу никого судить. Но я знаю, что некоторые из нас не хотят приложить усилия, чтобы выйти из тупика, а ситуация тем временем усугубляется. Хорошо бы и здесь был обходной путь, но, похоже, это просто часть жизни. Иногда приходится разрушать себя, чтобы потом возродить.

Однако даже из бездны саморазрушения есть выход — просьба о помощи. Могу вам сказать, что почти все знакомые мне творческие люди в какой-то период жизни проходили лечение. Многие, преодолев испытание, продолжают общаться с врачами, инструкторами по персональному росту, наставниками и консультантами всех мастей. Я тоже так делаю. И я ценю результат.

Возможно, вы считаете, что лечение — не для вас; я уважаю эту позицию. Однако когда я оказываюсь в тупике, какой бы сферы моей жизни дело ни касалось, я ищу самого опытного человека, который, как я знаю, мне поможет. То же я советую и своим клиентам.

## Заключение

Оказаться в тупике — всегда тяжело, неприятно и больно. Но мы нередко нагнетаем эту тяжесть, считая, что так не должно было случиться. Нам кажется, что тупик — это полный крах.

Такие ситуации нелемки, но в них нет ничего негативного или непоправимого. Это неизбежно и необходимо. Если вы посмотрите на свое положение с этой точки зрения, вы вынесете из ситуации мудрость и обретете в ней силы для того, чтобы продолжать путь.

А когда наконец выберетесь — наградите себя шоколадкой.