

Путь Даймонда Джона доказывает, что отчаяние рождает инновации, а отсутствие денег — это преимущество! Перед вами честный рассказ парня из трущоб, который знает, как превратить ничего в миллиард долларов.

Стив Дел,

*председатель и главный исполнительный директор
CEO of Revolution LLC and, соучредитель America Online*

Даймонд знает, как делать бизнес. Он знает разницу между желанием быть предпринимателем и просто предпринимателем, и он щедро делится этим знанием на страницах книги. Какое удовольствие наблюдать за жизнью его глазами, следить, как создавалась методика, превратившая его из бедняка в миллионера. Этот парень построил империю на улицах Квинса! Это вдохновляет, и я рад, что Даймонд нашел время, чтобы поделиться этим знанием с людьми

Марк Кубан,

*предприниматель, владелец баскетбольного
клуба «Даллас Маверикс»*

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

Деньги не могут купить вам силу или дух. Они не могут дать вам гармонию или власть. В своей вдохновляющей книге Даймонд Джон дает надежду всем, у кого нет ничего, кроме способностей, данных Богом. Никто лучше, чем Даймонд, не знает, что не важно, с какого капитала вы начинаете, потому что жажда успеха живет в каждом из нас.

Рассел Симмонс,
американский певец и продюсер

Я твердо верю, что можно доверять бизнес-книгам только тех авторов, кто сам построил бизнес. Даймонд сделал именно это, и здесь он показал, как именно он это сделал, опираясь лишь на веру в себя и желание победить. Безденежье означает не отсутствие денег в вашем бумажнике, а кардинальный поворот в мышлении. Это книга о таком состоянии отчаяния, которое приводит к колоссальному творческому прорыву.

Гари Вайнерчук,
предприниматель, автор многочисленных бестселлеров



Даймонд ДЖОН

ГОЛОДНЫЙ и БЕДНЫЙ!

как полный голяк,
скудный бюджет
и жажда успеха

{ могут стать
вашими главными
конкурентными
преимуществами



Издательство
АСТ
Москва

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

УДК 159.92.2 Печатается с разрешения литературных агентств
ББК 88.52 Foundry Literary и Andrew Nurnberg.
Д42 Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть
воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного
разрешения владельцев авторских прав.

Daymond John

THE POWER OF BROKE:
How Empty Pockets, a Tight Budget, and a Hunger for Success
Can Become Your Greatest Competitive Advantage

Джон, Даймонд.
Д42 Голодный и Бедный! Как полный голяк, скудный бюджет и жажда успеха
могут стать вашими главными конкурентными преимуществами / Даймонд
Джон. — Москва : Издательство АСТ, 2017. — 319, [1] с. — (#БизнесНаставник).
ISBN 978-5-17-101647-0

За последние двадцать лет Даймонд Джон прошел путь от парня из бедной семьи,
который, сидя в подвале, пришивает этикетки на футболки, до основателя международной
модной империи и заслужил титул «Крестный отец урбанистической моды». Помимо
успеха в модном мире, Даймонд — звезда знаменитого телешоу «Акулы бизнеса» (ориги-
нальное название — «Бассейн с акулами») и один из самых востребованных специали-
стов по брендингу, к его услугам обращаются знаменитые компании, среди них «Тернер
Нетворкс» и «Найк».

Что нужно, чтобы начать столь головокружительную карьеру? Ничего!
Даймонд Джон уверен, что отсутствие денег и отчаяние порождают инновации, бед-
ность заставляет мыслить более креативно и увереннее идти к успеху. Перед вами книга,
которая укажет вам на ваши главные конкурентные преимущества, расскажет, как можно
превратить нулевой бюджет в миллиард долларов, подкинет массу идей для сногшиба-
тельного стартапа и вселит уверенность в победе! Потому что, когда ты один на один
с жизнью и банковский счет пуст, успех — это единственный вариант!

Макет подготовлен редакцией ПРАЙМ

ISBN 978-1101903599 (англ.) © 2016 by Daymond John
ISBN 978-5-17-101647-0 © Полищук В., перевод на русский язык, 2016
© ООО «Издательство АСТ», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1
Полный голяк и его волшебная сила11

 Что такое полный голяк12

 Будь настоящим новатором14

 Будь подлинным18

 Оставайся голодным22

 Вернись к истокам25

 Не позволяй ресурсам иссякнуть28

 Знай своего потребителя, знай свою миссию31

 Отточь свои клыки35

 Не верь мне на слово40

Глава 2
Вставай и вкалывай!43

 Используй силу!49

 Стремись к цели51

 Семь раз отмерь, один раз отрежь55

 Прыгни выше головы60

 Будь изобретателем!65

 Отыщи красоту в хаосе. История Стива Аоки, музыканта,
 диск-жокея, продюсера звукозаписи 65

 Найди свое место под солнцем 68

 Устрой прекрасный беспорядок 70

 Лови волну 72

 Держись своей идеи. История Акации Бринли,
 звезды социальных сетей и королевы «селфи» 75

| | |
|--|------------|
| Неси в себе перемены | 78 |
| Будь верен себе | 80 |
| Умей распознать свой шанс | 84 |
| Будь непреклонен | 87 |
| Пробивайся к победе. История Роба Дирдека, скейтбордиста, продюсера, звезды реалити-шоу | 87 |
| Будь лучшим | 89 |
| Поддерживай огонь | 91 |
| Будь благодарен за неудачи | 93 |
| Определись, кто ты | 95 |
| Будь первым | 100 |
| Отрабатывай все возможности. История Кристофера Грея, студента колледжа, разработчика приложений | 100 |
| Проявляй направленную изобретательность | 103 |
| Не останавливайся на достигнутом | 106 |
| Знай себе цену | 109 |
| Глава 3 | |
| Деньги решают все | 113 |
| Пируй как король! | 118 |
| Завоевывай уважение | 120 |
| Не полагайся на План «Б» | 125 |
| Будь ближе к реальности. Это реально! | 126 |
| Будь восхитителен | 131 |
| Верую в кексы. История Джиджи Батлер, предпринимательницы, королевы кексов | 131 |
| Не бойся расти | 136 |
| Верь в себя | 139 |
| Будь шустрым | 145 |
| Превращай свои проблемы в решения. История Джея Абрахама, администратора, консультанта, оратора, гуру прямого маркетинга | 145 |

| | |
|---|------------|
| Ищи проход там, где все остальные ничего не замечают | 147 |
| Выясни секреты чужой магии | 149 |
| Делай взнос | 153 |
| Будь предан своему делу | 155 |
| Стой горой за свой дом. История Кевина Планка, основателя и генерального директора спортивного бренда «Андер Армор» | 155 |
| Делай, как решил | 158 |
| Держись на крутых поворотах | 162 |
| Прославься чем-нибудь конкретным | 163 |
| Глава 4 | |
| Голяк бывает разный, или Разновидности преград | 167 |
| Иди к цели любым путем | 172 |
| Смотри вглубь и по сторонам | 174 |
| Не иди в ногу со всеми | 177 |
| Проси рационально | 180 |
| Будь оригинальным | 184 |
| Бабочки Мо: страсть к моде. История Мозайи Бриджеса и Трамики Моррис — вундеркинда-дизайнера галстуков-бабочек и его матери и неутомимого помощника | 184 |
| Слушайся добрых советов | 186 |
| Будь готов оказаться в водовороте событий | 190 |
| Положись на тех, кто ведет тебя вперед | 194 |
| Уважай свое мировоззрение | 197 |
| Будь мил с людьми | 199 |
| Могущество мягкости. История Тима Ферриса, писателя, оратора, предпринимателя, бизнес-ангела | 199 |
| Иди по улице с двусторонним движением | 202 |
| Лови момент | 206 |
| Иди туда, куда ведет чутье | 207 |

| | |
|---|------------|
| Реализуй свой шанс | 209 |
| Произведи фурор там и тогда, где и когда получается | 211 |
| Превращай каждый шанс в еще один шанс | 212 |
| Будь занятым | 215 |
| «Вот где мне самое место». История Джоша Пека, актера, комика, звезды социальных сетей | 215 |
| Найди способ совершить первый прорыв | 217 |
| Изучи сцену | 219 |
| Глава 5 | |
| Полный голяк в масштабах фирмы | 223 |
| Выбирай нетривиальный путь | 226 |
| Качай мышцы для силы полного голяка | 233 |
| Научись мыслить как твой потребитель | 234 |
| Услышь то, что слышит твой покупатель | 237 |
| Оставь одну креветку себе | 238 |
| Действуй мало-помалу | 240 |
| Великие достижения в мелкой расфасовке. История Линды Йохансен-Джеймс, серийного предпринимателя, лидера специализированной розничной торговли. | 240 |
| Будь в эпицентре событий | 244 |
| Будь гибким | 248 |
| Вернись к нулевой отметке. История Райана Дейсса, предпринимателя, консультанта, специалиста по маркетингу в области цифровых технологий. | 248 |
| Не отставай | 251 |
| Узнавай то, чего ты не знал | 253 |
| Будь ясновидцем | 258 |
| Овладей собственным стилем. История Лорен Райдингер, законодательницы мод, лидера в сфере интернет-продаж. | 258 |

| | |
|--|------------|
| Нанимай персонал среди своих | 262 |
| Знай, куда идешь | 264 |
| Глава 6 | |
| Вноси перемены | 267 |
| Шагай в ногу с переменами | 275 |
| Ищи новые источники дохода и новые методы раскрутки | 281 |
| Держи в голове четкую цель (а лучше несколько!) | 286 |
| Успевай за программой | 289 |
| Сохраняй силу | 292 |
| Будь предприимчив | 296 |
| Выживай и процветай. История Марка Бернетта, телевизионного продюсера, автора бестселлеров | 296 |
| Не оглядывайся | 298 |
| Умей считать | 300 |
| Не мешай сам себе | 303 |
| Подведем итоги. | |
| Посмотри на самого себя | 306 |
| Основные принципы силы полного голяка, извлеченные из историй великих людей, с которыми я тебя познакомил в этой книге | 307 |
| Благодарности | 313 |
| Об авторе | 318 |

Эта книга посвящается Дэвиду Фресшему, который воплощает в себе лучшие качества антрепренера и друга. Дэвид всегда боролся за то, во что верил.

Он был замечательным отцом, отличным мужем и много сделал для своих близких. Его никогда не интересовало, какого цвета кожа у человека, для него было главным, что у того на душе. Дэвид был одним из великих первопроходцев в мире малого бизнеса, задолго до того, как наступила эпоха бизнес-инкубаторов*, бизнес-ангелов** и венчурных капиталистов. Он задолго до многих понял, какие блестящие перспективы у малого бизнеса, как важно в него вкладываться и помогать ему.

У меня не хватает слов, чтобы выразить Дэвиду благодарность за помощь и поддержку, за то, что он верил в меня, любил меня и делился со мной знаниями. Благодаря Дэвиду мир стал ярче и богаче во всех смыслах, а без него потускнел и обеднел. Царствие ему Небесное.

Да, это так, горазд был я
Брать слишком много на себя,
Но и тогда
Я не хандрил
И нес свой крест по мере сил,
Не пасовал, удар держал
И был собою.

Фрэнк Синатра, «Мой путь».

(Да, я в курсе, что песню написал Пол Анка, но именно в исполнении Синатры она меня заводит больше).

* **Бизнес-инкубатор** — организация, занимающаяся поддержкой стартап-проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до ее коммерциализации. — *Прим. перев.*

** **Бизнес-ангел** — частный венчурный инвестор, обеспечивающий финансовую и экспертную поддержку компаний на ранних этапах развития. — *Прим. перев.*

Глава 1

ПОЛНЫЙ ГОЛЯК И ЕГО ВОЛШЕБНАЯ СИЛА

ЧТО ТАКОЕ ПОЛНЫЙ ГОЛЯК

Сила полного голяка — это особый психологический настрой. Он существует в каждом из нас, независимо от того, есть ли у нас деньги, возможности или преимущества.

Загвоздка в том, что большинство людей даже не подозревает о наличии такой сверхспособности: она у них есть, а они ее не распознают и не пользуются ею. Вместо того чтобы применять свои природные способности, большинство доверяют тому, что они слышат в офисах и бизнес-школах от людей в строгих костюмах. А говорят там примерно одно и то же: хочешь начать бизнес — гони монету. И никак иначе. Без стартового капитала ты — ноль без палочки. Однако этот способ работает лишь у некоторых. Да и то, хватает его ненадолго. Почему?

Поверь мне на слово, главное — это твой внутренний драйв, душевный заряд. Он сильнее материального. Это и есть волшебная сила полного голяка.

Суть в том, что креативность сильнее проторенных дорожек. Умение рисковать сильнее осторожности и предусмотрительности.

Есть и еще одна важная штука: деньги имеют свойство кончаться. Любые. Их хватает лишь на какое-то время, а потом — оп! — и нету. А твой внутренний драйв, сила голяка, всегда с тобой, в тебе. Это неисчерпаемый источник.

Деньги... Даже если у тебя есть деньги, они не гарантируют успеха. Важны не те средства, которые у тебя были, а те, которые у тебя будут.

Главное — деньги, которые тебе нужны, а не те, которые у тебя есть сейчас. Моя книга посвящена именно *будущим деньгам*, тому, как они приносят успех и помогают изменить мир.

Давайте посмотрим правде в лицо. Когда наступает полный голяк и в кармане ни гроша, когда ты упустил все возможности, то... у тебя просто не остается выбора, кроме как преуспеть! Варианты кончились. Если ты дошел до самого дна, у тебя появляется шанс оттолкнуться и ринуться вверх. У тебя включается тот самый тайный турборежим, который есть у каждого, но о котором мало кто знает. Это врожденная способность. Когда ты думаешь, что выхода нет, начинаются чудеса.

Уяснил? Запомнил? Отлично. Нет стимула лучше, чем полный голяк. Магия полного голяка включается тогда, когда у тебя времени в обрез. Вот тут-то ты и делаешь мощный рывок, на который не способен никто из твоих друзей, потому что их еще недостаточно приперло. Они играют, чтобы набрать очки, ты играешь, чтобы выиграть.

Мне вспоминается изречение великого спортсмена Уэйна Гретцки: *«Мы пропускаем 100 % тех мячей, которые даже не пытаемся поймать»*. Так что ловите мяч! Обязательно ловите мяч! Метод «полного голяка» в том и состоит, чтобы ловить мяч.

У тебя может быть уйма причин, чтобы отказаться от мечты и выйти из игры, но сила полного голяка — это стимул, который будет заставлять тебя продолжать игру. Может, тебе уже тридцать три раза отказывали в ссуде, но на тридцать четвертый раз зеленый свет загорится — тебе пойдут навстречу. А может, твой товар или услугу в пух и прах разругали в тридцати отзывах, но тридцать первый будет хвалебным, и он будет действительно от значимого человека.

Чем бы ты ни занимался — продолжай! Не останавливайся! Не сдавайся! Почему? Потому что никогда не знаешь, за каким поворотом поджидает удача. Иногда, чтобы ее поймать, нужно остаться без гроша, дойти до предела, когда идти некуда и обратиться за помощью не к кому. Вот тут-то она тебе и улыбнется, потому что хуже уже быть не может, но ты все равно не сдался. Почему так получается? Потому что неизбежно наступает момент, когда *успех тебе нужен, чтобы выжить*. Поверь мне — я по себе знаю.

БУДЬ НАСТОЯЩИМ НОВАТОРОМ

На собственном опыте я пришел вот к какому открытию: настоящая новаторская идея приходит «со дна», а не «с верхушки».

Судите сами. Брейк-данс, рэп, слэм-поэзия, айпады, смарт-часы, электрокары... — в общем, все самое крутое, весь креативный свежачок, все новенькое и динамичное, возникает из низов и потом растет естественным путем. Или не растет и до вершин не доходит.

Выпускаешь идею в широкий мир — это дело простое. Потом даешь ей прорасти и глядишь, что будет. Может, ничего и не будет. Публика или реагирует на твою идею, или нет. При этом совершенно не важно, сколько денег ты в нее вбухал и на каком блюдечке с каемочкой сервировал.

Богатая и выигрышная идея говорит сама за себя, — в этом вся штука. У нее свое сердце. Живое и пульсирующее.

Ты и так все это знаешь. Я только напомнил. Оглянись вокруг — и ты убедишься, что я прав. Наши любимые фильмы, те самые, которые получают уйму премий и которые мы обсуждаем с друзьями, — это, как правило, независимое кино, то есть чей-то уникальный настойчивый голос. Чья-то собственная свежая идея, а не глянцевого блокбастера от больших киностудий с миллионным бюджетом.

Ну, да, отрицать не буду — блокбастеры сшибают большие деньги, и смотреть их, в общем-то, интересно, но далеко не каждый блокбастер способен воспламенить твоё воображение или перевернуть душу, правда? А независимое кино, неповторимый плод чьей-то фантазии, еще как может.

Или посмотри, к примеру, что происходит на фестивале «Арт-Базель» в Майами-Бич. Это крупнейший международный художественный фестиваль. Каждый декабрь во Флориду со всех концов света съезжаются сотни и сотни художников, чтобы поделиться с коллегами и зрителями своими творениями, показать, на что способны, дать мастер-классы, по-

общаться. Это потрясающее мероприятие! Диву даешься, когда видишь, на что способны люди. Однако неповторимая атмосфера на фестивале возникает не благодаря произведениям изящного искусства, которые выставлены в самых престижных художественных галереях и привлекают внимание публики.

Спроси кого угодно: сотни человек ответят, что атмосфера фестиваля создается благодаря кипучей энергии самих творцов. Первозданной, необузданной энергии, драйву! Ведь на фестивале выставляют не только традиционные образцы изящных искусств. Там можно увидеть творения уличных художников, оригинальные перформансы, инсталляции, все самое новое, свежее, спорное, авангардное. Именно к ним стекаются толпы зрителей, которых эта энергия притягивает, как магнитом. Почему?

Потому что людям хочется ощутить такую энергию — нечто первозданное, дикое, подлинное. Людям нужно на время оторваться от повседневности, от приличий, от привычных моделей, изведать нечто совершенно новое, неожиданное, непредсказуемое.

Сам я принадлежу к миру моды — именно там я сделал себе имя. Но в фирме FUBU, которую я представляю, нет ничего от «высокой моды». Наши идеи приходят со дна жизни, с улиц, от корней, от основ. Мы гордимся своими корнями и простым происхождением, мы гордимся тем, что наш стиль завоеван дорогой ценой. Именно поэтому девиз нашей марки: «От нас для нас»*. Именно поэтому, считаю, мы отыграли неплохое местечко на рынке. Потому что мы — это новизна, свежее дуновение чего-то настоящего. Мы были верны себе — и поэтому выиграли.

Можно ли сказать, что наши идеи были совершенно оригинальны? Нет, пожалуй, это не совсем так. Но народу понравилось, потому что в нашей одежде было дыхание уличной моды, а кроме того, мы сами носили свои изделия с гордостью. Они отражали наш мир.

* Английское название фирмы FUBU представляет собой аббревиатуру выражения «For Us By Us», буквально означающего: «Сами делаем и сами носим». — Прим. перев.

Марка FUBU — не единственная, покорившая публику таким образом. Многие бренды, ныне занимающие место на модном Олимпе, зарождались в крошечных мастерских, где шили одежду вручную. Между прочим, высокая мода, пресловутая *haute couture*, держится на том же самом принципе: это высококачественная одежда, сшитая вручную, с отпечатком личности изготовителя.

«Кутюр» в переводе с французского означает всего-навсего портновское мастерство. И изначально портные просто шили одежду на заказ для конкретных клиентов, сажая ее по фигуре, чтобы она красиво выглядела и была удобна в носке. Хорошо подогнанная одежда придавала даже самому простому клиенту благородный вид. Но в наши дни «кутюр» — это «высокая мода», «сливки» модного мира. Почему? Потому что это *настоящее, подлинное портновское искусство*, которое поднялось наверх от корней, из недр простого народа.

Тот же принцип работает и в отношении архитектуры, литературы, музыки, технологий, дизайна, моды... Любые инновации, которые производят сильное впечатление, любое значимое веяние, любой успешный деловой проект — все это начинается с оригинального и независимого видения автора, которое он решил выпустить в мир. Все начинается с корней, из них вырастает высокое дерево. Или не вырастает.

Или нет — эти два коротких слова, которые предполагают возможное фиаско, они составляют сердцевину всего, что я делаю. Они — мой двигатель.

Только благодаря им я каждое утро поднимаюсь с постели и отдаю себе четкий приказ: «Вставай и трудись, вставай и вкалывай». Потому что эти слова наделены огромной силой, они мотивируют меня и помогают преодолеть любые преграды и добиться чего угодно. Они напоминают, что «быть или не быть успешным» — мой личный выбор.

Лучшие идеи и инновации, как правило, возникают органично и естественно, от своих корней, и это правило работает не только в области искусства и бизнеса. К человеческим отношениям оно тоже применимо, и еще как. Только задумайся: ведь самыми прочными на поверку оказы-

ваются именно те отношения, которые возникают естественно и держатся на крепком фундаменте. Подлинные человеческие отношения должны быть чистыми и реальными, — иначе они развалятся.

ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ

Из 10 новых деловых проектов 8 рушатся в первые полтора года после старта...

Одной идеи для нового проекта (стартапа) или нового продукта, который должен пойти на ура, — недостаточно! Ключ к успеху — в исполнении плана. А часть реализации плана заключается в том, чтобы найти свой предпринимательский голос, свою «уникальную интонацию» в бизнесе.

Почему рушится большая часть новых проектов? Во многом потому, что они загнаны до смерти — их слишком активно подхлестывают. Бизнес, построенный на стероидах, на финансовых инъекциях капитала, нежизнеспособен. Он существует за счет времени, взятого взаймы. Когда деньги иссякают, бизнес идет своим курсом.

Предположим, ты парень и подкатываешь к девушке на крутой тачке — ну да, первое яркое впечатление произвел, а дальше? Вы знакомитесь, ты ведешь ее в пафосный ресторан, покупаешь модные туфли или, может, украшение, вы вдвоем пьете самое дорогое шампанское... к вечеру девушка твоя. И, если ты держишь планку, уже через неделю она влюблена в тебя по уши. Неважно, как ты выглядишь. Неважно, остроумный ли ты собеседник, и даже неважно, совпадаете ли вы с девушкой во взглядах. Бывает, что девушки западают на тупых, лысых, толстых... на любых мужиков.

Важно другое: ты сразу показал ей, как ты крут, показал, что у тебя есть силища, осыпал ее подарками и цветами, возил на романтические выходные в красивые места... В общем, ты уловил мою мысль. Все это суммируется. Ты подал ей себя в определенном ключе. И, если она откликнулась на твою подачу, — отлично, я за тебя рад! Я рад за вас обоих, честно!

Но скажи мне, что станет с вашими отношениями потом, в долгосрочной перспективе? Они выдержат проверку временем? А проверку суровой

реальностью? Скажи мне на милость, что будет, если у тебя кончатся деньги и тебе останется только быть самим собой? Ты удержишь этим девушку? Что будет, если ты при каждой встрече покупал ей подарок, а потом вдруг потерял работу? Что тогда?

Не удивляйся, если вместе с деньгами кончится и ваш пылкий роман. И продержится он ровно столько, сколько ты вкладываешь в него деньги. Когда закончатся ювелирные украшения, ужины в ресторанах, поездки на курорты, то что останется? Роман работал на топливе фальшивых эмоций и был обречен с самого начала. Поэтому он разрушится. неизбежно разрушится.

Предположим, дорогой читатель, что ты — девушка, которая ищет мужчину своей мечты. Ты наряжаешься в ослепительное платье, наводишь красоту, прилагаешь усилия в спортзале, чтобы обрести точеную фигуру, при виде которой мужчины сворачивают шеи. Наконец, ты встречаешь потрясающего парня, и тебе очень хочется, чтобы он обратил на тебя внимание, позвал на второе свидание, а потом и на третье. У вас завязывается роман и какое-то время все просто отлично. Опять же, я за тебя рад, я рад за вас обоих. Но надолго ли ваше счастье? Настоящее ли оно? Потом ты становишься старше, набираешь лишние килограммы, платье тебе уже тесновато. Или, может, вы с парнем живете вместе, а ты вдруг сваливаешься с гриппом и лежишь в кровати, с красным носом, кашлем и невымытой головой. В принципе, ничего ужасного в раздутом носе или невымытой голове нет. Но выдержит ли ваш роман эти испытания?

БУДЬ ПОДЛИННЫМ

Читатель, погоди швыряться в меня тяжелыми предметами за такие поверхностные примеры! Сначала послушай, что я скажу.

Я же неспроста выбрал именно эти банальные ситуации, у меня все продумано. Я пытаюсь объяснить тебе свою мысль с помощью крайностей, вот и получаются такие картинки. Нет, женщины не стремятся толь-

ко лишь к деньгам и побрякушкам, а мужчины интересуются не только сексом, точеными фигурками и холеными личиками. Штука в другом.

Если, кроме денег, нарядов, тонкой талии, крутой тачки у тебя за душой ничего нет, если в тебе есть только красивая видимость и ничего подлинного, то любовные отношения в будущем обречены.

Сколько ты в них ни впрыскивай деньги или еще какую-то роскошь, они рухнут. Ну да, может, сколько-то продержатся, но не очень долго, потому что у таких отношений нет прочного фундамента. Такие отношения не способны выстоять.

В бизнесе работают те же закономерности. Предположим, ты открыл ресторан. Арендоевал или купил помещение в лучшем районе города. Рестораторского опыта у тебя никакого, но есть деньги, чтобы нанять лучшего шеф-повара и лучших дизайнеров для создания интерьера. Однако у тебя нет концепции. Ты не представляешь, на кого рассчитан ресторан, в чем будет его «изюминка», какую именно кухню ты хочешь предложить клиентам, какая кухня нравится лично тебе. Не исключено, что ты знаешь, какие стили кулинарии сейчас невероятно популярны — просто писк моды! — и поэтому решаешь, что в твоём ресторане будут представлены именно они. Ты вбухиваешь уйму денег в дизайн, в шеф-повара, в закупку продуктов, в рекламу, а когда все готово и двери ресторана распахнуты, ты ждешь наплыва клиентов. И он начинается. Или... не начинается. Почему? От чего это зависит?

Как ты думаешь?

Другой пример. Допустим, ты занимаешься производством лимонадов. И в один прекрасный день решаешь, что пора встряхнуть бизнес и внести в него нечто новое. Ты и так уже владеешь одной из популярнейших марок лимонада в мире, ты преуспеваешь, денег ты получаешь все больше, дело растет. Но тебе захотелось внедрить на рынок какой-то новый напиток. По новому рецепту, ранее неслыханному. Ты вбил себе в голову, что потребители лимонада жаждут новизны, поэтому отстегиваешь солидную сумму на разработку нового рецепта и нанимаешь высокопрофессиональных химиков, чтобы они сочинили тебе новый вкус. Еще ты без оглядки

тратишься на первоклассных маркетологов, чтобы они придумали, как вывести новинку на рынок и переделать к ней логотип. И, наконец, обращаешься к продвинутым рекламщикам, чтобы те подготовили рекламную компанию. Денег у тебя хватает — ты можешь себе позволить нанять лучших из лучших.

Проблема в другом: ты не соизволил потратить время на подготовку. Ты не выяснил, на какую целевую аудиторию ориентируешься, чего хотят потребители. А на рынке, на самом деле, нет спроса на новый вкус и запах, на новый, незнакомый лимонад. Потребители его не просили и им не интересуются. Более того, и это очень важно, они не проявляют никаких признаков пресыщения классическими прежними лимонадами, попивая их с прежним удовольствием. Получается, что ты не проанализировал рынок, потратил уйму денег на разработку, которая осталась не востребованной, — и в итоге у тебя есть лимонад, допустим, красивого синего цвета, логотип и рекламная компания к нему. Но все это никому не нужно.

Помнишь, что случилось у гиганта из гигантов, «Кока-колы», когда фирма решила выпустить на рынок лимонад цвета медного купороса? Такой красивый темно-синий лимонад. Между прочим, задолго до этого, в 1985 году, «Кока-Кола» уже пыталась вывести на рынок один новый лимонад, но потерпела неудачу. О подробностях узнать невозможно, потому что «Кока-Кола» о них упорно молчит. Эта история стала притчей во языцех, и ее рассказывают во всех бизнес-школах как классический пример провала.

Я, правда, не преподаватель и вообще не специалист. Я и не экстрасенс, не путешествую во времени, так что не могу переместиться в конференц-зал «Кока-Колы», где первые лица компании проводили совещания и в несколько этапов выработали идею, оказавшуюся провальной. Тем не менее, я примерно представляю, что там у них стряслось.

Думаю, им помешали деньги. Те самые вложения, которые они приняли ради реализации новой идеи. Возможно, кока-кольщики придумали новый лимонад просто на пробу, просто потому, что могли себе это позволить. У них было слишком много денег, и они могли ими свободно распоряжаться, — вот и поставили такой дорогостоящий эксперимент.

Они запустили новинку не потому, что она была им нужна, а потому что могли себе это позволить. Чувствуешь разницу, читатель? Полагаю, они впали в коллективное заблуждение, отсюда и результат — колоссальная неудача. Они не сумели вовремя понять и признать, что бизнес подобен любой сфере жизни и любым отношениям, он работает точно так же.

Бизнес, как и все на свете, растет вверх *от корней*. Только эта история не о парне и девушке, не о художнике и публике, не о дизайнере и его музе. Нет, в бизнесе это история о твоём бренде и о твоих отношениях с покупателем, с рынком.

Бизнес подобен браку: «Я даю тебе что-то, а ты что-то даешь мне». Бизнес подобен партнерству: «Я поддерживаю тебя, а ты поддерживаешь меня». Если в бизнесе есть эта сердцевина, эти корни, эта подлинность, то у него есть прочный фундамент, а значит, будет и успех. Если же бизнес сводится к поверхностным затеям ради эффекта, если он строится на ярких трюках, неоправданных надеждах и на избытке денег, то в конечном итоге он обречен на провал, причем довольно скоро.

Сейчас, когда мы живем в эпоху цифровых технологий, даже правительства — и те понимают, как важна подлинность. Взгляните хотя бы на «фейсбук-революцию», которая в 2011 году положила начало свержению тирании в Египте и в том же году породила революцию в Тунисе. А в 2014 году привела к так называемой зонтичной революции в Гонконге, когда пользователи «Фейсбука» поменяли свои личные аватарки на изображения желтых зонтиков, чтобы выразить протест против реформ, связанных с выборами. И так далее, и тому подобное — примеров наберется немало.

Все эти движения добились успеха не потому, что располагали большим бюджетом. Они привели к успеху потому, что шли из народной гущи, от корней, они были подлинными и настоящими. Они показали, что целый народ можно пробудить и подвигнуть на решительные действия силой одной-единственной идеи. Нужно только с подлинной страстью провозгласить эту идею, продвинуть ее в мир с помощью социальных сетей. И это, заметьте, практически ничего не стоило.

Неважно, что именно ты продаешь: власть принимать решения — у публики. Неважно, чем ты занимаешься, состоишь ли в правительстве, во-

рочаешь ли делами в коммерции, или тебе важно построить личные отношения. Все равно ключи к успеху в любой области одинаковы: это понятия «прозрачности» и «аутентичности», то есть подлинности.

ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ

Согласно данным WebAM, главной цифровой маркетинговой платформы, 25 % рекламы в мире посвящено продвижению товаров и услуг в Интернете.

Яснее ясного: если хочешь, чтобы тебя заметили, если хочешь произвести фурор, можешь напрямую обратиться к публике. Никогда прежде не было так легко достучаться до целевой аудитории, как в наше время!

Если ты хочешь подлинного успеха, нужно ставить перед собой реальные задачи.

Не впаривай людям что попало, будь настоящим. Если ты не в состоянии быть настоящим в бизнесе и если твоя стратегия состоит в том, чтобы просто тратить бешеные деньги на модные веяния, ничего у тебя не получится. Ведь на одних деньгах (пусть и на миллионах) в наши дни к успеху не выедешь. Блистательные результаты приносит *сила* — заряд, который ты вложил в свою идею, подлинность этой идеи. При этом совершенно не важно, много ли денег ты вложил в идею. Главное, чтобы она чисто по-человечески действительно была достойной.

ОСТАВАЙСЯ ГОЛОДНЫМ

Я считаю, что очень важно сохранять верность себе и своей идее. Это способствует правильному настрою, когда только приступаешь к делу. В тебе постепенно разгорается упорство. Если ты целеустремлен, то бу-

дешь бежать, идти, ползти к ней, подниматься, цепляясь зубами и когтями. Так и надо. Только тот, кто верен себе, не отступится от поставленной задачи и сохранит душевный жар для ее исполнения, — особенно если кроме душевного жара, ничего в его распоряжении нет. Такое состояние помогает тебе воплотить мечту, потому что заставляет шевелиться и вынуждает ее реализовывать.

И еще одно важное правило: чтобы воплотить мечту, нужно быть голодным. Таким голодным, чтобы у тебя не было вариантов, кроме как добиться своего и преуспеть.

Поверь опытному человеку: это работает! Я проверил это на себе. Именно с такой нижней точки я и начинал, когда вместе с тремя парнишками, соседями в Квинсе, создал свою марку одежды. Я знаю это по себе, потому что теперь занимаюсь поддержкой и продвижением начинающих в малом бизнесе и постоянно вижу подтверждения моей теории. Нужно быть очень голодным, это мощный стимул.

Слушай моего совета, ведь я «акула из народа». Именно под таким прозвищем меня узнала широкая публика, когда я появился в реалити-шоу на телеканале ABC-TV. Проект назывался «Бассейн с акулами». Суть была в том, что я сидел в студии вместе с четырьмя другими инвесторами и слушал заявки и предложения участников соревнования — начинающих предпринимателей. Прозвище, надо сказать, попало в точку, оно очень четко определяет мою сущность. Кое-кто из моих коллег по проекту заработал репутацию безжалостных дельцов, кого-то прозвали мягкосердечными душечками, которых легко поразить, если заявка эффектная и освещение в прессе достойное. Я же интенсивно работал, отстаивая интересы неудачников и аутсайдеров. Мне было важно пролить свет на те истории успеха, которые связаны с тяжелым и упорным трудом. Я старался показать публике, как важны упорство и хорошая идея, такая идея, которая сама по себе уже выигрыш.

Это и есть основная мысль моей книги, ее ядро, сердцевина. Когда начинаешь с нуля, когда ты по-настоящему голоден и жаждешь успеха, когда ты предельно сосредоточен на том, чтобы преуспеть и выполнить по-

ставленную задачу — любой ценой и любым способом! — вот тогда у тебя есть заряд силы, есть настоящий драйв и стимул. Ты двигаешься в верном направлении и у тебя правильные установки и мотивы.

А теперь посмотрим на обратную ситуацию. Предположим, у тебя денег куры не клюют, так что с финансированием проблем нет. В твоём распоряжении любые ресурсы, неудача тебя не страшит, потому что ты сыт и у тебя есть какой-то тыл. Что в этом случае? У тебя просто нет стимула двигаться. Тебя ничто не подхлестывает, вот ты и сидишь на пятой точке ровно, размышляя с прохладцей, начать дело или не начать.

Разница понятна?

Полный голяк — лучший стимул. Я с этого начал и повторю это тебе, читатель, еще раз сто, чтобы ты как следует запомнил. Чем сильнее твоя жизненная необходимость преуспеть, тем выше вероятность, что ты преуспеешь. Чем больше ты вкладываешься в свое дело — я про эмоции, силы, идеи, а не про деньги! — тем больше отдачи получишь.

Еще раз повторю: если приперло по-настоящему и у тебя нет вариантов, кроме как пробиваться к успеху, — это твое преимущество. Если ты на мели — это твое преимущество.

В предпринимательстве я встречал немало людей, которые изначально не ведали бедности. Им жизнь, друзья или родные подносили все на блюдечке. Но знаете что? В этих предпринимателях нет огонька. Они какие-то вялые. Чувствуется, что идея их не грызет, а, скорее, слегка щекочет. Они не знают, что такое голод, ни буквально, ни в переносном смысле. В них не ощущается готовности прорываться к успеху любой ценой. Конечно, я обобщаю и бывают исключения, но в большинстве случаев, чтобы добиться подлинного успеха, нужен именно внутренний жар, жажда успеха. По крайней мере, так было со мной — и, раз уж ты взялся за эту книгу, читатель, я на сто процентов уверен, что у тебя похожая ситуация.

Но вот в чем штука: сила полного голяка работает только тогда, когда ты ее осознаешь, когда ты открыл ее в себе, принял на вооружение и поставил себе на службу.

Просто голяк как таковой — это еще не бензин и не моторчик. Это просто голяк, сидение в калоше, называй как угодно. А вот когда ты понимаешь, что в голяке скрыт потенциал, что он придает тебе спортивной злости, драйва, — тогда голяк превращается и в бензин, в моторчик или даже в фотонный двигатель.

Если ты позволишь этому состоянию сломать тебя, если ты согнешься под его грузом, то уже не встанешь и никогда не сотворишь великие дела. Ты не найдешь в себе сил идти дальше и вообще не выживешь. Но если согласишься полному голяку в лицо, если признаешь, что достиг дна, что ты на нуле и дальше падать уже некуда, если ты обуздаешь это состояние и применишь его как часть самого себя и своей деятельности... вот тогда в твоём распоряжении мощное секретное оружие!

ВЕРНИСЬ К ИСТОКАМ

Ты ведь смотрел потрясающие фильмы про Рокки? В них был настоящий заряд, они шли из глубины души художника! Ну, как минимум, первый фильм был именно таким. Потом заработала голливудская машина по изготовлению блокбастеров и заглушила подлинный голос художника... но это уже совсем другая история.

Меня интересует вот что. Как, по-твоему, когда персонаж Сильвестра Сталлоне начинает сбиваться с пути? Когда принимается швыряться деньгами и позволяет успеху затуманить ему голову. Ведь я прав? Когда он окружает себя роскошью, начинает заниматься в дорогом спортзале, спать на шикарной кровати... вот тут-то он и теряет самого себя.

Не зря саундтрек к фильму называется «Тигриный глаз». Когда Рокки только начинает свое восхождение, когда он тренируется, бегая вверх-вниз по лестнице в Филадельфии, или отрабатывает удары на мясных тушах, потому что у него нет денег на спортзал и боксерскую грушу, — в это время у него тигриные глаза и в них горит огонь. В это время Рокки

весь — как торпеда, летящая к цели. Он нацелен на победу. У него в голове звучит «никто меня не остановит». Рокки Бальбоа не страшны никакие преграды, он готов сокрушить все на своем пути. Он сосредоточен на этой цели, потому что у него нет никакого выбора, кроме как пробиться и победить. Он слишком долго был на дне и теперь сможет вздохнуть полной грудью только при условии, что вынырнет оттуда.

Но даже в самом начале, когда у него нет ни гроша, не говоря про деньги на спортзал, когда он лупит мясные туши, — он уже НЕ неудачник. А вот когда он поднимается из низов общества, становится богатым и благополучным, — что происходит? Он слегка расслабляется. Если раньше его взгляд был сфокусирован на цели, на победе, то теперь он расфокусирован. Рокки слишком отвлекается и, в итоге, получает хорошую взбучку от мистера Т.!

Только когда Рокки вновь встречается со старым соперником, Аполлоном Кридом, и снова начинает жесткие тренировки в суровых условиях, без всяких поблажек, — такие же тренировки, какими он занимался раньше, когда у него не было выбора, — вот тогда он снова становится самим собой. Ему помогает сила ожесточения, сила отчаяния, сила полного голяка. Дело не в том, что Рокки снова приходится тренироваться в старом спортзале. Аполлон Крид поучает Рокки: «Тебе нужно вновь почувствовать такое же ожесточение, как у тебя было перед первым решающим боем». Рокки нужно вспомнить, каково это было: жить в трущобах, торговать собой с голодухи, достичь дна. Вот тогда у него будет стимул подняться.

Проще говоря, ему приходится вернуться к истокам, стряхнуть с себя весь глянец и роскошь, которые мешали ему ясно мыслить. И, когда он это делает, у него получается по-настоящему добиться результата.

Аполлон очень доходчиво объясняет ему этот принцип в одной из ключевых сцен фильма. Он растолковывает Рокки, почему тот проиграл бой и что нужно сделать, чтобы вернуть титул чемпиона: «Ты потерял остроту... У тебя больше нет голодного блеска в глазах. Нет. Когда мы сражались, у тебя был тигриный взгляд. У тебя был заряд. А теперь тебе нужно его вернуть. И единственный способ его вернуть — возвратиться к началу, к истокам».

Рокки Бальбоа проходит долгий путь: от отчаянной жажды победить во что бы то ни стало — к расслабленности. Ему это дорого обходится. То же самое происходит и в бизнесе! Когда тебе что-то позарез нужно, у тебя тигриный голодный блеск в глазах и ты находишь способ добиться своего. А если ты расслабляешься и думаешь: «О, я уже крут, все придет само собой, мне полагаются от мира всевозможные блага», — такими мыслями ты лишь напрашиваешься, чтобы тебе надрали задницу.

Хочу, чтобы ты понял меня правильно. Я вовсе не предполагаю, будто бизнес нельзя начать со стартовым капиталом и хорошими полезными связями, а можно только при полном голяке. Я вообще не против денег, связей и знакомств — что уж там, это хорошая штука, лишней она не будет! И уж тем более, у меня нет цели внушить тебе, что без отчаяния никакого бизнеса не начнешь.

Я говорю о другом. Существует множество способов превратить голяк в преимущество, отчаяние — в целеустремленность, а слабость — в силу. Вот я о чем!

Голяк, если ты не ломаешься под его грузом, пробуждает и стимулирует в тебе лучшие качества: изобретательность, агрессивность в хорошем смысле слова, то есть напор, умение находить ресурсы... все самое лучшее! Состояние полного голяка заставляет тебя реалистично смотреть на собственный путь и темп роста, не позволяет расслабиться и упустить свои мечты и планы. Оно заставляет тебя думать о том, что имеется в твоём распоряжении и как использовать эти доступные ресурсы, раз нет других. А еще голяк напоминает тебе, что важно сохранять верность самому себе.

Да, не спорю, у состояния голяка много недостатков и опасных сторон. Ты задерживаешь плату за жилье? У тебя нет денег на основные жизненные потребности? Уж наверно, когда ты начинал свое дело, то на такое не рассчитывал. Но не вешай нос! Держись и не сдавайся! Шаг за шагом двигайся вперед и только вперед. Поверь мне, если ты слушаешь моего совета, то ощутишь невероятную свободу, — все минусы полного голяка превратятся в плюсы.