

УДК 331.103.244
ББК (У)65.290-2
ПЗ5

Оглавление

Питерс Т.

ПЗ5 Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть
посредственностью / Том Питерс ; пер. с англ. Сергея Филина. —
М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 240 с.

ISBN 978-5-91657-353-4

Сегодня недостаточно просто делать хорошо свое дело. Важно уметь
рассказать об этом потенциальным клиентам.

Том Питерс — мастер. Его имя — глобальный бренд в менеджменте.
За созданием бренда стоит технология. В этой книге предложены 50 советов
о том, как превратить ваше имя в бренд. Прочтите ее, используйте подхо-
дящие советы и вы сможете привлечь правильных клиентов, подняв при
этом ваши ставки.

УДК 331.103.244
ББК (У)65.290-2

Все права защищены. Никакая часть данной книги не
может быть воспроизведена в какой бы то ни было
форме без письменного разрешения владельцев
авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает
юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

© Excel/A California Partnership, 1999
© Перевод на русский язык, издание на русском языке,
оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012

ISBN 978-5-91657-353-4

Список-50: кредо.....	15
0. Никакая глава (читать обязательно, она короткая!).....	17
Введение	19
1. Зависит от тебя... и только от тебя	27
1а. Когда в последний раз вы спрашивали себя: «Кем я хочу быть?»	32
2. Деваться некуда! Вот она наконец наступила — Революция«белых воротничков»!	36
3. Мой ответ (лучший... нет, единственный (???) из возможных) на Революцию «белых воротничков»: стать Я-брендом	40
3а. Ни фиги себе, да?! Хвала Я-бренду. А если бы у каждого была «рыночная капитализация»?	46
4. Начните прямо сейчас: используйте какие-то из этих четырёх — очень практических! — средств оценки Я-бренда	49
4а. Нам нужен «скриншот» себя	55
5. Забудьте слово «работа». Забудьте слово «задача»	59
5а. Всем сердцем посвятите свою жизнь проектам	62
6. Упакуйте себя. Аксиома: вы (и я!) — это упаковка!	64
7. Я-компания	67
8. Я-бренд / Я-компания: к вопросу о вашей стоимости	70
9. Я-бренд / Я-компания требуют обширного набора характеристик и навыков	72

9а. Готовьте много места для шляп! У настоящего Я-бренда их должно быть много	75
10. Готовы сыграть в великую игру — в бизнес?	79
11. Четко скажите миру о том, кто вы	83
12. Подумайте о названии своей должности!	86
13. Вы — то, что вы делаете	89
14. Сообщение для будущих Я-брендов: реализуйте свои идеи так, как это принято делать в реальном мире	92
15. Превратите паршивые «мелкие дела» в «жемчужины». Вступайте в ряды Добровольцев мелких дел (ДМД)	95
15а. Работайте с тем, что у вас есть! (Черт побори!) И сделайте его особенным. (Черт побори!)	98
16. Мастер бутстрэппинга	102
17. Суть Я-бренда: портфель блестящих ВАУ-проектов	104
17а. Вы сами наделяете свои проекты ВАУ-потенциалом	107
18. Фокус	110
19. Вы — это ваши клиенты, часть I. Думайте о клиентах	114
20. Вы — это ваши клиенты, часть II. Будьте одержимыми клиентами	117
21. Компетентность. Вы (и я!) должны быть хорошим специалистом в чем-либо	120
22. Вы — это ваша адресная книга, часть I. Извлекайте чертовски большую пользу из своего круга знакомств / сети контактов!	123
22а. Лояльность. Новая лояльность. Лояльность не логотипу, а адресной книге. Лояльность сети контактов. Лояльность кругу знакомств. Лояльность семье и родственникам	127
23. Вы — это ваша адресная книга, часть II. Широта ваших взглядов, мудрость и готовность к неожиданностям определяется вашей коллекцией чудачков!	129

24. Дизайн имеет значение! Хорошая мысль: вы (как Я-бренд) — дизайнер. И точка	132
25. Станьте мастером «расширения линейки»	135
26. Вы — это ваши «великие идеи»	138
27. Управление Я-компанией в бурных водах изменений требует дерзости. Каждый день	140
28. Артисты, на выход!	142
29. На-чаль-ни-ки: Я-бренды должны быть вам по вкусу!	146
30. Индивидуальность!	148
31. Помните: бренд — это «знак доверия»	151
32. Постоянно помните о своих визитках! Все начинается с начала	154
33. Создайте сайт, который вызывает ВАУ-чувство! И точка	157
34. Вступите в сообщество ораторов. Вы сами себе PR-агентство	161
35. Не хотите ли поучиться оптимизму? Пессимисты редко становятся успешными Я-брендами — может, и никогда	167
36. Обновляйтесь! Обновляйтесь! Обновляйтесь!	170
37. Вкладывайте в себя. Необходимо иметь формальный план инвестиций в обновление (ПИВО)!	174
38. Возбуждайте аппетит. Еще и еще. И еще	177
38а. Любовь к плато	186
39. Я-компаниям нужен сильный совет директоров	188
40. Я-бренду / Я-компании нужен прямой контакт с исполнителями	191
41. Постоянно ищите таланты. Даже если вы в самом низу иерархии	194
42. Сделайте нашу/мою/свою организацию — Я-компанию, Я-бренд — особенной с самого начала!	197
43. Я-бренды лидируют! На всех этапах!	199
44. Станьте «помешанным на власти»	203

45. Формальный план маркетинга: продвижение при помощи «сарафанного радио»	206
45a. Пожа-а-алуйста, спросите себя: а у меня правда есть «продукт»?	208
46. Глобальные возможности одного человека — не оксюморон в новом тысячелетии	211
47. Продавайте!	213
48. А вы владеете методами завершения переговоров? Я-брендам приходится «напрашиваться» на бизнес	215
49. Я-бренды не отличаются лояльностью! (К конкретному корпоративному логотипу)	217
50. Добро пожаловать в страну свободных агентов	219
Рекомендуемая литература	222
Благодарности	225
Об авторе	227

Посвящается Эм-Джею, Опре и Марте, ставшим
первыми современными Я-брендами*

* Если вы вдруг «не врубились» (а таких — один на миллион), так это Майкл Джордан, Опра Уинфри и Марта Стюарт (Я-брендам не нужны фамилии).