

РАЗЫГРАЙТЕ КОЗЫРИ

СЛЕВА и справа визитные карточки одного и того же человека. Но воспринимаем мы его абсолютно по-разному.

Человек в левой колонке сообщает, кто он.

Человек в правой колонке более амбициозен. Он хочет, чтобы его так воспринимали.

Окружающие будут видеть вас таким, каким вы сами себя считаете.

Когда Чарльз Саатчи основал свое рекламное агентство Saatchi & Saatchi, к его компании относились как к креативному бутику.

Фирменный бланк должен был выглядеть как бланк банка. (Почти 15 лет спустя они попытались купить банк.)

Треть средств он потратил на рекламу на всю полосу в Times.

Он хотел, чтобы его компания выглядела солидно.

ВАЖНО НЕ ЧТО ВЫ ЗНАЕТЕ...

ВАМ ИЗВЕСТНА эта прописная истина, но задумываетесь ли вы над ней?

Вот пример.

Я — талантливый архитектор из престижной компании.

Richard Rogers Partnership, например.

Я на хорошем счету, меня ценят как профессионала и хорошо платят. Но за стенами компании меня не знает никто.

Я погряз в своей работе.

А вы — первокурсник архитектурного института.

...А КОГО ВЫ ЗНАЕТЕ

Вы напечатали визитки: «Энтони Тейлор. Архитектор». А лучше — «Архитектурное бюро».

Вы болтаете со знакомыми в баре, набиваете себе цену и демонстрируете визитку, как медаль.

Вас назовут авторитетным специалистом или архитектором-практиком.

Я же, не умеющий вести себя в обществе и лишенный амбиций, останусь незамеченным. Господином Никто.

Несправедливо? Такова жизнь.

Если вы знаете, в чем подвох, то можете разыграть козыри.