

**ВАЖНО НЕ ТО,
КТО ТЫ ЕСТЬ,
А ТО, **КЕМ** ТЫ
ХОЧЕШЬ СТАТЬ**

Мировой бестселлер
ОТ ПОЛА АРДЕНА

**Мало кто из богатых
и влиятельных людей
имеет особые
таланты,
образование, обаяние
или внешность.**

[издательство
МАНН, ИВАНОВ И ФЕРБЕР

**Они стали богатыми
и влиятельными,
потому что захотели
этого.**

**Главное — ваше
представление о том,
кем вы хотите стать.**

**Без цели очень
сложно достичь
успеха.**

СОДЕРЖАНИЕ

Почему мы стремимся к совершенству,
когда нужна посредственность?..... 10

Какого уровня вы хотите достичь? 12

Вы можете достичь недостижимого..... 17

«Я хочу быть известной, как Persil» 18

Успеха в жизни добиваются не те,
кто был отличником в школе..... 20

ОСНОВЫ ОСНОВ

Энергия 24

Не ищите похвалы. Ищите критику..... 26

Это моя вина..... 28

Не скрывайте свои идеи..... 30

Не ждите другого удобного случая.
Используйте имеющиеся
возможности..... 32

Ищите позитив..... 34

| | |
|---------------------------------|----|
| Избавьтесь от негатива..... | 35 |
| Не мудрствуйте лукаво | 36 |
| Не давайте пустых обещаний..... | 38 |
| Чего хочет клиент? | 40 |
| Как убедить клиента?..... | 42 |
| Не принимайте ответа «нет»..... | 44 |
| Невозможно? Делайте. | |
| Иначе ничего не будет..... | 46 |

**НЕ УДАЕТСЯ РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ?
ЗНАЧИТ, ВЫ ИГРАЕТЕ ПО ПРАВИЛАМ**

| | |
|--|----|
| Не ошибается тот, кто ничего не делает..... | 50 |
| «Ошибайтесь. Ошибайтесь снова. Ошибайтесь лучше»..... | 52 |
| Быть правым — неправильно..... | 54 |
| Ошибаться — правильно..... | 56 |
| Не бойтесь глупых идей | 58 |

УСКОРЬТЕСЬ

| | |
|------------------------------------|----|
| Разыграйте козыри..... | 64 |
| Важно не что вы знаете... .. | 66 |
| ...а кого вы знаете | 67 |
| Меньше слов. Больше шоу..... | 68 |
| Увольнение как шаг в карьере | 70 |

РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА

| | |
|---|----|
| Идея — основа макета | 74 |
| «Пляшите» от слабого места | 78 |
| Наброски «продают» идею лучше, чем готовые макеты..... | 80 |
| Если вы в тупике, возьмите другую ручку..... | 82 |
| Наемные работники не лучше вас | 84 |
| Не бойтесь работать с лучшими..... | 86 |
| Не закливайтесь на рекламе..... | 88 |
| Не гонитесь за наградами | 90 |

ЧТОБЫ КРЕАТИВИТЬ, НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО БЫТЬ КРЕАТИВЩИКОМ

| | |
|--|-----|
| Как сделать компанию великой | 94 |
| Что зависит от руководителя | 98 |
| Что зависит от менеджера по работе с клиентами..... | 99 |
| Что зависит от медиабайера | 101 |

НОВЫЕ КЛИЕНТЫ

| | |
|-------------------------------|-----|
| Что значит «креативный»?..... | 104 |
| Как повысить продажи..... | 106 |

И НАПОСЛЕДОК

| | |
|---------------------------------|-----|
| Мой звездный час | 114 |
| Мысли с амвона | 118 |
| Жизненный творческий цикл | 120 |
| Ум и мудрость..... | 122 |

ЗАЧЕМ СТРЕМИТЬСЯ К СОВЕРШЕНСТВУ, КОГДА НУЖНА ПОСРЕДСТВЕННОСТЬ?

В РЕКЛАМНОЙ индустрии совершенство не очень востребовано. Заурядность пользуется гораздо большим спросом.

Честно говоря, я этому рад.

Представьте, что все клиенты — милые люди, мы можем делать что угодно, без ограничений, каждый волен воплощать свои творческие фантазии, не слушая замечаний занудных заказчиков.

Что бы мы сделали?

Мы бы начали протестовать: «Скукотища. Почему мы такие нудные? Давайте сделаем все плохо, уродливо и совсем дешево».

В этом весь творческий человек.
Ему нужно бунтовать — в этом
суть его жизни. Это и дает ему
радость. А он дарит радость своим
заказчикам.

Он делает это для себя