



50 ОТТЕНКОВ МАРИИ БРЕЗИНСКОЙ

ЛЕНЬ, КОНКУРЕНЦИЯ И ВОЛЯ К ПОБЕДЕ

50 оттенков Марии Брезинской: лень, конкуренция и воля к победе

Я сама собой практически все время недовольна, хотя внешне выгляжу вполне уверенной. Вытаскиваю себя на танцпол, на сцену, выступаю, презентую, общаюсь. Это моя работа.

Например, на открытии нового сезона «Нашего бара» люди ждали меня, чтобы я подписала им свою книгу. Они специально пришли для этого. Я понимаю свою ответственность перед ними, не могу их оставить, не явиться из-за усталости или плохого настроения. Не имею права выходить в прямой эфир или «в люди» и говорить: какая я неудачница, как я себя ненавижу, у меня все плохо! Даже когда действительно плохо, настраиваюсь на позитив, ведь мне нужно дать энергию моей команде. Я, конечно, не хожу все время, улыбаясь, как та девочка из анекдота, но стараюсь держать лицо.

Какая Маша Брезинская, когда она остается одна? Всегда разная. Мне кажется, у меня 50 альтер-эго. И каждый год появляется еще одна какая-то Маша, с которой мне самой интересно знакомиться. Иной раз я вытворяю такое, что сама от себя в шоке и думаю: «Господи, откуда ты? Кто ты?». И мы общаемся. Иногда приходится договариваться с самой собой. Из множества моих личностей самая противная – ленивая Маша. Она видит, что набрала лишние 10 килограммов и пытается в зеркале себя обманывать, говорит «ой, все нормально, пофиг, муж меня и такой любит». Или «ай, не буду краситься, люди меня и такой примут». Не люблю себя ленивую. Еще не люблю себя в гневе. Я очень добрый человек, но, если мою доброту принимают за слабость, я могу разгневаться, и эта злая Маша очень страшна. Убить или причинить физическую боль не смогу, но эмоционально навредить - запросто. Могу в гневе такие слова человеку сказать, что ему будет очень хреново. С детства не люблю в себе эту черту, но что есть, то есть.

Никогда не сдаваться!

А вот какую Машу я люблю – ту, которой говорят: да ты это не сможешь, тебе слабо! И она в ответ говорит: «Ах так! Ну ладно!» и в ней включается второе, третье и десятое дыхание. Дух соперничества двигает меня в два раза быстрее. Главное – оставаться более-менее в рамках адекватности, ведь когда тебя постоянно берут на слабо – это тоже своего рода манипуляция. Однажды у меня закончился абонемент в спортзал, и нужен был новый. Фитнес-центр как раз объявил конкурс «Мисс Фитнес», и в качестве награды пообещал победительнице годовой абонемент. Одним из конкурсов было стояние в планке. Со стороны оно кажется легким, но на самом деле планка - одно из самых трудных упражнений. Примерно через минуту-две стояния у тебя начинают дрожать от напряжения руки, ноги, пресс и все остальные мышцы. Мне планка давалась тяжелее всего. Приседать - пожалуйста, делать пресс - сколько угодно, танцевать бачату – легко! Но минуту планки я не выдерживала, просто падала. У меня было полтора месяца до конкурса, каждый день я тренировалась и увеличивала время стояния на 3-5 секунд, в итоге довела планку до 2-х минут. На соревнования шла абсолютно уверенная в своей победе, еще и маслом намазалась, чтобы выглядеть блестяще и подчеркнуть мышечный рельефчик на фото. Это масло я потом не раз помянула «добрым» словом.

Мы встали с соперницами на резиновые коврики, время пошло. Мало того, что стоять было тяжело, так еще и мои намащенные руки разъезжались все время в стороны, и приходилось собирать их в кучу, т.е. нагрузка была двойная. Но и это ладно. В самом финале нас осталось двое. Прошло две минуты, я стою, поправляю без конца свои скользкие руки, и сквозь зубы говорю про себя сопернице: «Падай уже! Падай!». Она стоит. 3 минуты. Стоит как вкопанная. 4, 5... не падает. Упала на шестой минуте. А я продолжила стоять. Мне кричали: «Маша, Маша, вставай, ты победила!», а я не могла изменить положение, стояла, и мне казалось, что я уже в другом измерении, где-то не здесь, мое тело останется в планке навсегда, а дух уже на небесах. В тот день я поставила рекорд - 7 минут 7 секунд. За 10 лет ни один тренер из этого центра не смог его повторить. Я тогда серьезно надорвала спину, повторять мой подвиг никому не советую.

Что это? Моя упертость? Желание побеждать себя и других? Точно знаю, что не сдамся, такой упертый характер.

Не конкуренция, а сотрудничество

При этом я ничего не знаю о своих соперниках и конкурентах в Казахстане, не смотрю их аккаунты, не подписана на них. Я соперничаю только сама с собой, сравниваю себя сегодняшнюю с собой вчерашней, пытаюсь себя перегнуть, перерастить, перепрыгнуть. Во мне столько субличностей, в том числе неприятных, с которыми нужно бороться и побеждать, что мне не до соперников.

Конкуренция какое-то устаревшее определение. Должна быть не конкуренция, а сотрудничество. Это как воздух. Мы сидим где-нибудь в одной комнате и при этом не боимся, что нам не хватит воздуха, чтобы дышать. Просто один начнет курить, а другой форточку откроет, чтобы впустить свежий воздух, а кто-то выйдет в коридор. Так же и в бизнесе. Сейчас для него такие безграничные возможности, такой большой мир, что всем и всегда хватит клиентов. Вопрос только в том, чтобы эти люди захотели иметь дело с тобой: у тебя покупать, есть, отдыхать, одеваться и т.д. Смотри и выбирай, с кем ты можешь сотрудничать, составляй коллаборации. Один в поле не воин. И, как команда важна в бизнесе, так и партнеры необходимы. Если говорить про мой ресторанный бизнес, то у нас есть свой чат рестораторов. И когда случается какой-то кризис, тот же самый карантин, мы объединяемся, поддерживаем друг друга. Например, если в моем заведении закончились креветки, я могу написать в чат: «Ребят, срочно нужны креветки, 3 килограмма, привезите, плиз, мы завтра вернем!». Или попросить привезти пива, если мы не рассчитали количество, и нам доставят из дружественного бара.

Когда мы открыли «Наш бар» в Алматы, к нам пришли владельцы известных алматинских заведений: «Мотор», «Жесть», других ночных рок-клубов, и они так были рады приглашению. Ведь мы, казалось бы, их конкуренты, с похожим форматом. Но мы услышали: «Слава богу, что теперь вы здесь есть. А то у себя не отдохнешь, как следует. А тут появилось достойное заведение, место, куда мы можем ходить отрываться». Это круто, когда тебя не воспринимают не как конкурента, а как нового друга, соратника. И это дает новые перспективы и силы, чтобы расти и развиваться.



parfois les proverbes
que, dans certains cas
e volonté je pourrai
Je ne veux pas dire

БОГАТСТВА ИЗ ДЕТСТВА



Богатства из детства

В этой статье хочу рассказать, как сделать детей богатыми. Можно по-разному воспринимать богатство: как кучу денег, большой счет в банке, бриллианты, шубы, яхты и дорогие авто. А можно как знания, умения и значимых людей, которые поддержат вас в любой ситуации. Деньги – не зло и не добро, это просто ресурс, которым можно распорядиться во благо. Дети, особенно маленькие, плохо осознают ценность денег, их силу, и, если мы хотим их научить ими пользоваться, нужно действовать очень аккуратно.

Первое. Личный пример

Если мы хотим не просто научить детей считать деньги и покупать хлеб в магазине, а именно хорошо зарабатывать, то нам предстоит долгая и серьезная работа, в первую очередь, над собой. Дети берут пример с нас. Если родители много работают, развивают свое дело, вовлечены в процесс, дети подключатся сами и будут помогать. Труд - хорошая ролевая модель, просто для России и Казахстана она кажется дикой. У нас некоторые взрослые-то не умеют зарабатывать, плюс детей опекают дольше, чем нужно. На западе к этому другое отношение, там детей учат основам бизнеса с ранних лет. Я читала о детях, заработавших свой первый миллион до 10 лет. Многие из них начинали в 3-4 года, при поддержке родителей. Кто-то может считать это эксплуатацией. Я считаю, что для зарабатывания нет никаких возрастных рамок. Лично я заработала первые деньги в 6 лет, моя дочь - в 5, была моделью на съемках. Младший сын в 8 лет помогал бабушке собирать на улице спиленные ветки, вязал из них веники и продавал соседям. За час разгреб кучу мусора и заработал около 3 тысяч тенге. Никто его не учил, он сам придумал свой бизнес. Если ребенок пытается заработать свои первые деньги, пытаюсь, например, продать собранную на огороде клубнику или делая красивые поделки из пластилина, нужно помочь ему сделать это правильно и похвалить за старание.

Второе. Пример других людей

В мире огромное количество талантливых, ярких, сильных личностей, которые, вопреки обстоятельствам, стали успешными и знаменитыми. Я очень многому учусь у них, читаю книги, слушаю подкасты, смотрю видеокурсы, езжу на тренинги. Детей тоже приучаю как можно больше читать и анализировать книги про выдающихся людей и великие открытия, примерять на себя чужой опыт, смотреть исторические и документальные фильмы. Причем читать не только художественные произведения, но и научно-популярные работы, биографии и исследования.

Третье. Дисциплина и режим

В уставе Царскосельского лицея, где учились Пушкин, Кюхельбекер, Ломоносов и другие знаменитые российские поэты, писатели и общественные деятели, были прописаны 2-3 прогулки в день. Красивая природа и свежий воздух служили вдохновению. У лицеистов также было строгое расписание дня, включавшее, помимо уроков, танцы и фехтование. Кстати, обязательным уроком в лицее была каллиграфия. Благодаря ей, вырабатывается не только изящный стиль письма, но и усидчивость, терпение, воспитываются характер и внутренняя сила. Каллиграфию изучали не только лицеисты, но и великие императоры Китая, а также владелец корпорации Apple Стив Джобс.

Без режима и дисциплины не выживет ни один бизнес. А воспитываются они с детства. Регулярные тренировки, закаливание, правильное питание, здоровый сон стимулируют мозг, дают силу, энергию и одновременно позволяют отдохнуть от интеллектуальной работы.

Четвертое. Своевременный отдых

Дисциплина и режим детям необходимы, они дают чувство надежности и стабильности. Но излишнее рвение делает из людей роботов. Не стоит отнимать у детей детство, нагружая их сверх меры сплошной учебой и тренировками. Мы - за импровизацию. Поэтому, когда чувствуем, что силы на исходе, то позволяем себе прогулять работу или школу, устраиваем мини-праздник или путешествие. Даже обычная рыбалка на озере или выезд в горы способны перезарядить и наполнить новой позитивной энергией.

Пятое. Бизнес – это игра

Я смотрю на процесс зарабатывания денег и на бизнес как на игру. И здесь многому можно поучиться у детей. У них свободный ум, безграничная фантазия, любовь к экспериментам, бесстрашие, желание играть и побеждать. К тому же дети тоже постигают мир через игру. Они могут изобрести тысячу и один способ интересно заработать деньги, а родители могут научить их как инвестировать средства себе и другим во благо. Мы любим играть дома в «Монополию».

Это отличный тренажер для развития стратегического мышления и бизнес-планирования, там нужно тщательно продумывать свои ходы, умело вкладывать капиталы. Еще я бы посоветовала играть дома в «магазин» с товарами, деньгами, и старыми банковскими карточками. Помимо умения считать деньги «не отходя от кассы», такая игра учит планировать покупки, распределять средства и общаться с покупателями, рекламировать товары, грамотно их представлять, умело рассказывать о преимуществах. В настоящий магазин мы тоже ходим вместе, там учимся планировать расходы. Также у детей есть свой «банк» - копилки, они откладывают туда заработанные или подаренные деньги и потом планируют покупки. Даже увлечение старшего сына компьютерными играми идет во благо семьи. Он хочет прокачать игроков и продать игру, а впоследствии создавать свои игры, для этого читает книги по Minecraft и проектирует новые офисы для семейного бизнеса.

Шестое. Инвестиции

Я уверена: зарабатывать денег и саморазвитие очень тесно связаны. Чем больше мы узнаём и осваиваем, тем больше у нас инструментов для заработка. Чтобы хорошо зарабатывать, нужно много вкладывать: в образование, развитие, создание новых продуктов, услуг, технологий. Мы учим детей инвестировать в будущее. Заработал или накопил? Купи книгу, запишись на курсы, приобрети полезную вещь. Например, ребенок хорошо играет на гитаре, и уже участвует в концертах, где платят деньги. Он может потратить их на бургеры, чипсы и колу, а может накопить и купить хороший инструмент, струны или комбоусилитель. Когда ты сам, на собственноручно заработанные средства покупаешь то, что тебе помогает стать еще лучше и круче, ощущения невероятные. Главное – добиваться лучших результатов в своем деле, а монетизировать его не составит большого труда.

Седьмое. Конкуренция

Бизнес, работа – это всегда конкуренция. Во всех проектах есть те, кто соображает быстрее, умеет больше, работает эффективнее. Наши дети часто принимают участие в разных конкурсах, соревнованиях, экспериментах, состязаниях, будь то танцы, шахматы, робототехника или школьные олимпиады. Это развивает в ребенке дух соперничества. На соревнованиях дети учатся быть лучше самого себя, показывают новые, более высокие результаты.

Восьмое. Мотивация

Без родительской поддержки детям сложно освоить не только финансовую грамотность, но и вообще что угодно. Здесь все просто: вы помогаете детям, хвалите их, мотивируете, поддерживаете, они помогают вам. Это сложно, занимает много сил и времени, проще дать ребенку денег и гаджет, чтобы отстал, но результат вас вряд ли обрадует. Я учу своих детей печь и готовить, вожу в бар на концерты, показываю, как использовать организационные навыки в разных проектах. Дети помогают мне придумывать меню и название к блюдам, слоганы для рекламы, делятся идеями по многим вопросам, особенно, когда нужно оформить заведения к мероприятиям, придумать вечеринку или сюжет для съемок. Мы вместе продумываем сценарии семейных праздников, планируем путешествия. Они участвуют в съемках детской одежды и в рекламе продукции кондитерских магазинов, в школе и дома устраивают театральные постановки, изучают робототехнику. Мы никогда не знаем, какой навык нам пригодится в будущем, одно знаю точно: чем их больше, тем лучше, тем гибче ум, тем развитее мышление, тем больше вариантов для заработка и вложений. Например, Стиву Джобсу спустя 10 летгодились, казалось бы, бесполезные занятия по каллиграфии. Они стали основой современных шрифтов и типографики, которые используются на наших персональных компьютерах.

Девятое. Благотворительность, волонтерство

Не все в мире делается за деньги, есть такие важные вещи как волонтерство и благотворительность. Я сама постоянно возжу еду в питомники для собак, помогаю собирать деньги на лечение больным детям, делаю пожертвования, и мои дети мне в этом помогают. Они уже осознают, как это здорово - быть важным и полезным в чьей-то жизни. Делиться с другими, делать кого-то счастливым, исполнить чью-то мечту – радость от этого никогда не сравнится ни с каким счетом в банке. Наше главное богатство – это знания, умения и отношение к людям. Чем больше мы в это вкладываем, тем больше получаем, а значит – становимся счастливее и богаче.





Выгорание. Как не умереть на работе

Ранее я писала о перфекционизме и о том, как с ним справляться. Сегодня поговорим о другом опасном противнике, с которым сталкиваются люди, впервые начинающие важное для себя, большое и трудоемкое дело. Это выгорание.

В 2019 году Всемирная организация здравоохранения внесла выгорание в официальный список заболеваний. То есть выгорание - не блажь, не сиюминутная прихоть, не лень и не отлынивание от работы. Это реальное, очень болезненное состояние полной опустошенности и ненависти к работе. Симптомы выгорания очень похожи на депрессию, но это не она. Депрессия – это когда человек полностью теряет интерес к жизни, а выгорание – это накопленная усталость от работы и ответственности. Вы с отвращением думаете о работе, и короткие передышки не помогают вернуть былое трудолюбие. Но интерес к жизни при этом не пропадает.

Выгорание нельзя недооценивать. У трудолюбивых японцев есть понятие Karoshi - это смерть от работы. По статистике, в семидесятих годах прошлого века, около 400 тысяч людей умерли от этого диагноза. В физическом смысле. Легли и умерли, потому что перерабатывали и этим загоняли себя в угол.

Выгорание может случиться не только по работе. Оно часто случается у студентов, которые неделями готовятся к сессии. Или у начинающих родителей.

Причин у выгорания может быть множество. **Первая – это постоянная, ежедневная переработка из-за излишнего усердия.** По словам людей, прошедших через выгорание, оно начинается не со слов «Кажется, мне хреновенько». Оно стартует с убеждения «Я великий всемогун! Я сейчас все сделаю за всех и лучше всех!»

Слышится ли вам что-то знакомое? Правильно. Все тот же перфекционизм и желание все на свете контролировать.

Вторая причина - отсутствие результатов.

Вы, что называется, ищачите как проклятый, не видя белого света, забросили семью, спорт, увлечения. А толку ноль. Миллионы не заработали, Илоном Маском не стали. Ощущение, что вы – белка в колесе, крутитесь, крутитесь, а дело стоит на месте, никуда не движется и ничего не приносит. И ладно бы прошел месяц. Но прошло уже, допустим, несколько месяцев или даже лет кропотливой работы. А ожидаемых результатов нет. Вам кажется, что дело зашло в тупик, все напрасно и бессмысленно. Вам стыдно, что вы не потянули, вы разочарованы в себе и в мире. И это снова – следствие перфекционизма и завышенных ожиданий.

Если вы уже оказались в такой ситуации, **первое, что нужно сделать – остановиться и взять передышку.** Отныне вы не всемогун, не царь горы, не бог, и не гроза подчиненных. Вы – обычный, очень уставший и измученный человек, которому срочно нужно восстановить свои силы. Сделать это можно только одним способом – полностью отключиться от всего, что вы делали. Уехать в далекую страну, отключить телефон и мозги, убрать ноутбук на дальнюю полку. Если нет денег на дальнюю поездку, езжайте в ближайший дом отдыха, в горы, в лес, на озеро с палаткой. Если нет денег даже на такой отдых, накачайте себе мыльных опер, запаситесь попкорном и пеной для ванн и устройте роскошное безделье. Лежание на диване не про вас? Ок, вспомните, что вы любили до того, как втянулись в гонку вооружений. Велосипедные прогулки, фитнес, походы в театр, настольные игры, встречи с друзьями, одинокие прогулки по парку, книги, вышивание крестиком или вязание крючком. Займитесь этим и получайте удовольствие. Иногда бывает достаточно просто элементарно выспаться и наладить режим. Вовремя лечь в кровать, вовремя есть нормальную, вкусно приготовленную еду, а не магазинный фастфуд, много гулять, читать книги, смотреть любимые фильмы. Когда баланс будет восстановлен, нужно взять себе за правило делать такие короткие передышки регулярно. Уезжать из города на природу, просто оставаться на день дома, чтобы провести день на расслабоне. Сходить в SPA-центр, скоротать вечер с друзьями за бокалом вина и преферансом. Неважно, что вы будете делать в это время, главное – не работать и не думать о работе. И вы с удивлением убедитесь, что работа не рухнула, мир цел и не дал трещину, никто без вас не пропал, дело идет своим чередом.

Впрочем, сильно затягивать отдых тоже не стоит, ведь надолго заброшенные дела сами себя не сделают. Отдыхать приятно и полезно, но для переключения на рабочий режим нужно менять базовые настройки, иначе есть риск попасть еще в одну неприятную ловушку под названием «прокрастинация» - откладывание важных дел на потом. От прокрастинации очень хорошо спасает тайм-менеджмент. Без него риск опять оказаться в стадии выгорания очень высок. У правильного тайминга есть огромное количество плюсов. Он позволяет в течение дня переключаться с одной задачи на другую, и каждой из них уделять сто процентов времени и внимания. Причем задачи могут быть совершенно разными, а значит мозг не будет уставать и замыливаться.

Если полноценный отдых пошел вам на пользу и вы вновь решили вернуться в строй, что важно сделать на первом этапе? Отказаться от уровня «бог». Вы никогда не сможете контролировать абсолютно все. Примите это за аксиому. Чтобы качественно выполнять свою работу, научитесь **делегировать часть обязанностей другим**. Для начала пусть это будут самые незначительные обязанности, те, которые вы можете кому-то легко поручить и быть уверенными, что с ними справятся. Например, поручите кому-то обзвон клиентов, кому-то – уборку помещения, кому-то – работу с налоговой. Так вы убедитесь, что некоторые процессы работают и без вашего вмешательства и контроля.

Дальше – больше. Вы вполне можете найти себе заместителя, который возьмет на себя часть ваших функций и сможет вас заменить, если вам понадобится уехать, полечиться или просто отдохнуть 2-3 дня. Помните: каким бы замечательным руководителем вы ни были, быть швецом, жнецом и на дуде игроцом – такое себе удовольствие. К чему оно приводит, мы уже подробно обсудили. Поэтому дайте возможность вашим соратникам коллегам, помощникам проявить инициативу и сделать то, что раньше делали вы. Пусть у них не сразу это получится, пусть они сделают это по-другому, не так как вы. Но сделают, и вы будете спокойны. Ведь погружаясь в постоянную суету, беготню и мелкие обязанности, вы перестаете видеть общую картину, цели и задачи проекта. А вам, как руководителю, это необходимо.

И последнее, что стоит запомнить из сегодняшнего разговора. **Ставьте перед собой реальные цели**. Эта фраза из знаменитой рекламы пива реально работает. Именно в завышенных ожиданиях часто кроется причина выгорания и наших разочарований. Лучше планировать дела на короткий период, например, на месяц, неделю или даже один день, зато ваша цель будет вполне достижима. Например, отснять креативное меню для кафе. Создать бомбический десерт для кофейни. Снять крутой рекламный ролик. Придумать необычную акцию. Провести в офисе генеральную уборку и сделать перестановку по феншую. Помните: маленькие шаги ведут к большой цели, а дорогу осилит идущий.



БЛА

БЛА

БЛА

КАК ОРГАНИЗОВАТЬ

Найти

КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ГОРОДСКОЙ ФЕСТИВАЛЬ ЗА 3 ДНЯ БЕЗ ДЕНЕГ



КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ГОРОДСКОЙ ФЕСТИВАЛЬ ЗА 3 ДНЯ БЕЗ ДЕНЕГ

Мне не раз доводилось организовывать городские фестивали, на которые никто не выделял денег. Так, мы за неделю организовали в Шымкенте Йога-фест. А в другой раз за 3 дня мы подготовили городской фестиваль Шымкент Qala. В целом у меня за плечами очень богатый опыт организации самых разных мероприятий, и за много лет я уже выработала определенный чек-лист. Если его соблюдать, все получится.

ПРАВИЛО 1 - Делай, что можешь, с тем, что имеешь, там, где ты есть

Эта цитата Теодора Рузвельта – одна из моих любимых. Если хорошо поскрести по сусекам, можно испечь отличный колобок. При подготовке к фестивалю йоги мы обратились ко всем людям, связанным с индийской культурой: преподавателям йоги, индийских танцев, духовных практик. Каждому из них мы предоставили свою зону на площади, вместе продумали программу и подготовили несколько номеров от каждого участника. Точно так же через друзей мы нашли фотографов, видеооператоров и волонтеров. Все знают замечательную поговорку: «Не имей сто рублей, а имей сто друзей». Вот в таких случаях она очень выручает. У любого из нас есть среди знакомых, друзей люди творческие, легкие на подъем. У этих друзей, в свою очередь, есть свои друзья. И так можно набрать целую команду, которая с удовольствием поможет вам с оформлением праздника, с музыкальными номерами, с хэндмейдом для ярмарки и так далее. Я прошу о помощи всех, кого знаю. Звоню, делаю рассылки, бомблю в мессенджеры и соцсети. Пишу художникам, музыкантам, спортсменам, бизнесменам, дизайнерам, маркетологам. Шымкент в этом плане очень отзывчивый. Всегда найдутся те, кто готов помочь деньгами, рекламой, инвентарём. Например, на Шымкент Qala нам за считанные часы удалось найти музыкальный аппарат. Очень выручают творческие сообщества. У хэндмейдеров, йогов, танцоров, стрит-арт художников всегда есть в соцсетях свои группы. Я размещаю там приглашения, и обязательно кто-то отзывается. Эти же люди помогают с рекламой, делают репосты, выкладывают инфу в сторис. Ну и плюс сарафанное радио никто не отменял.

ПРАВИЛО 2 - Четкое планирование

Когда на организацию всего 2-3 дня, спасает подробный план действий, список участников, их обязанностей, а также рабочего инвентаря. Я разбиваю участников на группы, назначаю руководителей, и делегирую им часть обязанностей, чтобы сосредоточиться на главном. Каждому участнику выдаю на руки чек-лист и договор, где чётко прописано: что он должен сделать, в какие сроки, что он за это получит, и что будет, если не сделает.

ПРАВИЛО 3 - Будь готов ко всему

Ни одно мероприятие не проходит без форс-мажоров. Это обычное дело. Если мы себя сразу настраиваем на то, что будут неожиданности, изменения в программе, нас ничего не застанет врасплох. Задача ивентщика – предусмотреть максимум «нежданчиков»: метеоритный дождь, расстройство кишечника у ведущего, веерное отключение электричества, нападение инопланетян и так далее. Шучу, конечно, но такие пункты, как дождь, выпадение ключевого игрока, проблемы со светом стоит учесть. И подготовить «скамейку запасных»: тенты, второго ведущего, рабочие шнуры, комбики, микрофоны, электрогенератор, дополнительные мешки и урны для мусора, рации и т.п.

ПРАВИЛО 4 - Безопасность

Это продолжение предыдущего пункта. На любом крупном мероприятии должны быть медики, полиция и пожарные. Если у вас есть разрешение на проведение мероприятия от акимата, эти службы предоставляются автоматически. Но мы всегда дополнительно запасаемся водой, песком, огнетушителями, аптечками и т.д.

ПРАВИЛО 5 – Забота о команде

Довольная команда – залог успеха. Хорошо, когда есть отдельная палатка и туалет для персонала. В палатке - еда, напитки, сиденья, зеркало, крем от солнца, дождевики. Чем больше мелочей предусмотрено – тем лучше. Люди охотно работают с теми, кто о них заботится. Платить тоже всем нужно вовремя и столько, сколько договаривались. Не надо думать, что вы отключите телефон, они позвонят-позвонят и забудут. Не забудут. Ещё и внесут в «чёрный список». А мир тесный. Завтра вам снова понадобится что-то быстро организовать, и будет здорово, если проверенная и надёжная команда останется с вами.

ПРАВИЛО 6 – Праздник делают мелочи

Для хорошего праздника не нужны миллионы. Для него нужны творческие люди. Атмосферу делают мелочи – яркие цвета, звуки, вкусы, запахи, а их создают мастера хэндмейд, танцоры, артисты, художники. С ними надо дружить, приглашать, хвалить, благодарить. Остальное они сделают сами, и, как правило, безвозмездно.

Яркий шатёр можно сделать из разноцветной ткани, топчаны – из тюков прессованной соломы, фонарики - из бумаги. Весь антураж делается из подручных материалов быстро, легко, бюджетно и с удовольствием, когда рядом – заряженные, творческие люди. На йога-фесте мы все украсили разноцветными лентами. Ребята из индийского центра готовили прасад и угощали всех желающих. Мы проводили мастер-класс по йоге, т.е. десятки людей в центре города занимались йогой на ковриках. Художники рисовали граффити с индийскими мотивами красками из баллончиков, аниматоры играли с детьми. И несмотря на то, что праздник был организован своими силами, он получился отличным, потому что у него было настроение. Он был ярким, шумным и веселым.

ПРАВИЛО 7- Сядь в самолет

Когда ты с 6 утра до 11 вечера на ногах, в состоянии предельной концентрации, разруливаешь, решаешь, поддерживаешь, в какой-то момент силы иссякают. Что делать? Отступить нельзя, за тобой – команда. Но ресурс где-то взять надо? Я танцевала зумбу или медитировала в позе лотоса несколько минут. Я называю это: «сядь в самолёт». Когда ты сделал всё возможное, выложил на 200%, нужно выдохнуть и положиться на обстоятельства. Что будет, то будет. Ситуация теперь зависит от пилота, а ты сядь в кресло, пристегнись и лети.

ПРАВИЛО 8 - Будь открыт и честен

Представим себе самую неприятную ситуацию: мероприятие, которое вы так тщательно готовили, отменили. Что вы можете сделать? Честно и открыто написать об этом в соцсетях, объяснить ситуацию и причины отмены. Не бегать, не уворачиваться, не врать. Если люди вам доверяют, они поймут, простят, выручат и поддержат. Часто предлагают организовать краудфандинг, чтобы финансово помочь. В конце концов, если мы столкнулись с непреодолимыми обстоятельствами, и в данный момент мероприятие не может состояться, то рано или поздно эти обстоятельства закончатся. Наступит новый день, и все, что вы задумали, обязательно получится!

Главное, помните: не всё, что мы делаем, должно приносить деньги. Есть вещи для души, для сердца, для опыта, для других людей, чтобы их порадовать. Всё это вам обязательно вернется сторицей и пригодится в будущем!

КАК

ПЕРЕСТАТЬ

БОЯТЬСЯ



И НАЧАТЬ ДЕЛАТЬ

Выпускай свинью в мир. Как перестать бояться и начать делать.

Я много работаю со стартаперами, которые только начинают свой бизнес. А также с бизнесменами, у которых уже есть свое дело, но они хотят его переформатировать, провести апгрейд, или вообще открыть что-то новое, со студентами - будущими ивентщиками и организаторами мероприятий. В процессе работы, общения, тренингов я поняла: есть 2 основные трудности, которые тормозят людей на пути роста и развития. И если их устранить, проработать, то происходит мощный прорыв в карьере, личной жизни, бизнесе, общении.

Враг номер один – перфекционизм. Желание все довести до идеала и совершенства. Либо делать супер, либо никак, говорим мы себе, и откладываем задумку до лучших времен. Перфекционизм шепчет: «У тебя не хватит денег», «Куда лезешь, ты неопытный», «Без сильной команды тебе не справиться», «Тут нужны другие, серьезные ресурсы», «Сейчас неподходящий момент».

Да, сомневаться в себе, в своих силах – это нормально. Только единицы бросаются в неизведанное очертя голову. Остальные люди долго думают, взвешивают, решаются. Но если сомнения постоянно тормозят вас на пути к мечте, с ними нужно работать.

Первое, что нужно сделать – признать проблему.

Скажите: «Это я запрещаю себе делать новое. Это я жду каких-то идеальных условий для начинания. Это я сам душу на корню все свои задумки».

Нет никаких идеальных условий и никогда не будет. Нет никакого человека, который вдруг возникнет и позовет вас за собой. Не найдутся сами собой, из ниоткуда, ресурсы и команда. Не надо никого и ничего ждать. Самое лучшее для начинания время – сегодня. Самый нужный для начинания человек – это вы. Самые нужные для начинания ресурсы – те, что есть у вас на руках прямо сейчас.

Говорите себе: Я сам отвечаю за свое дело. Это МОЯ ответственность, МОЯ дисциплина.

Второе, что нужно сделать – отвязаться от себя.

Перестаньте все время себя ковырять, критиковать и ругать за любой мелкий промах, за каждую ошибку. Ошибки – это ступеньки, по которым мы идем вверх, это уроки, которые мы проходим, чтобы стать лучше. В мире нет человека, который добился серьезных результатов, при этом ни разу не оступился, не набил шишек и не получил граблями по лбу.

Позвольте себе быть неидеальными.

Да, это трудно, потому что вокруг много людей, создающих идеальную картинку идеальной жизни. Там, на картинках - красивые люди в белых одеждах, на фоне морского пейзажа едят красивую еду в красивом доме, принимают красивые позы и производят красивое впечатление. И все вокруг ахают, восторгаются и умиляются. Но как правило за этой красивой картинкой – много работы, беготни, переговоров и бессонных ночей. А самый успешный человек тоже иногда устаёт, плачет, злится, болеет, плохо выглядит и совершает ошибки. Если мы промотаем вниз Instagram-ленту самого успешного блогера, то увидим, что он начинал с самого простого.

Снимал видео на смартфон, без профессионального света и звука, без денег и спонсоров. Все это приходит со временем.

Больше ста лет назад американский писатель Элберт Хаббард сказал: «Самая большая наша ошибка - страх совершить ошибку».

Поэтому, если хотите что-то начать, запустить, открыть, просто начните это делать там, где вы есть, с теми ресурсами и людьми, которые есть на данный момент.

Представьте работу гончара. В его руках – бесформенный кусок глины, из которого он постепенно начинает лепить подобие сосуда. Оглаживает руками, придает форму, убирает лишнее, сушит в печи, украшает узором. Так и вы, день за днем придаете вашей мечте форму, сначала грубую, потом более изящную. Изучаете материал, пробуете так и эдак, советуетесь с профессионалами, убираете лишнее, ошибаетесь, выбрасываете испорченные,

не получившиеся изделия... и однажды видите результат, который вам нравится. Так, шаг за шагом мы идем к своей цели. Этим шагам будет очень много, иногда мы шагаем всю жизнь. Поворачиваем, сбиваемся с пути, возвращаемся назад, поднимаемся и спускаемся, иногда останавливаемся отдохнуть, но лишь для того, чтобы набраться сил и пойти дальше. Японцы говорят: «Чтобы прийти быстрее, выбирай самую дальнюю дорогу», русская поговорка гласит: «Тише едешь, дальше будешь». Идите не спеша, внимательно глядя по сторонам, замечая все важное и нужное, и вы обязательно окажетесь там, где хотели. А если и собьетесь с пути, то получите неожиданный и полезный опыт.

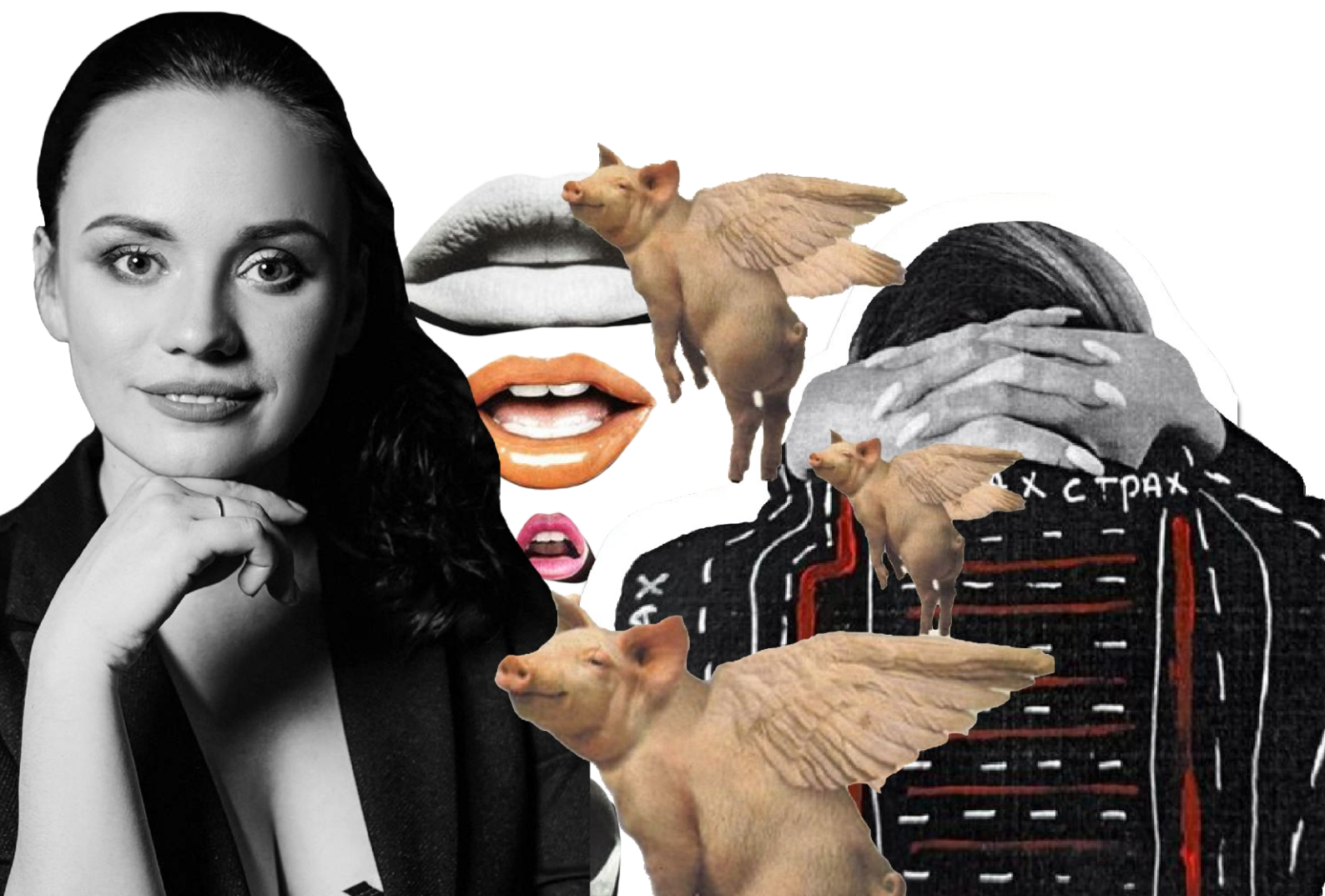
Что еще может удержать вас от первого шага?

Мнение окружающих

Перфекционист всегда ищет одобрения окружающих. Ему нужно получить пятерку, красный диплом, обязательную похвалу. В психологии это называют «социальное поглаживание». Без этой «конфетки» перфекционист не хочет идти дальше. Ему надо, чтобы все вокруг одобрили то, что он делает или собирается делать.

А если не одобряют? Точнее не так. Скорее всего, не одобряют. Большинство людей мыслит традиционно, боится всего нового и необычного. Они будут вас отговаривать, пугать, разубеждать. И что делать? Стоять на месте и ждать, пока разрешат идти?

Мой совет таков: если вы уже настроились, если готовы к переменам, равняйтесь на тех, кто уже решился и идет своей дорогой. На тех, кто добился результатов, кто вдохновляет вас своим примером, смелостью, силой воли. С ними вам по пути. Только эти люди прошли через похожие трудности. Они помогут советом, успокоят, расскажут про подводные камни и подбодрят.



КАКОВО ЭТО?



быть хозяйкой самого
креативного рок-бара в
казахстанском «Техасе»

**Какovo это: быть хозяйкой самого креативного рок-бара
в казахстанском «Техасе»**

«Наш бар» начинался с мечты моего мужа – дать возможность местным музыкантам играть свою музыку - и двух квартир в центре города, которые мы выкупили и объединили. У нас не было сцены, тусовки напоминали квартирники, а соседи нас ненавидели.

Хоть мы и старались изо всех сил не нарушать ничей покой: делали шумоизоляцию, вытяжки, но рок-бар и жилой дом – вещи несовместимые. Гости уходили за полночь, шумели, курили под окнами и всячески тревожили сон добропорядочных граждан. Постоянные жалобы, штрафы, угрозы и вызовы в полицию стали частью нашей жизни. Год мы продержались в скандальном рок-н-рольном режиме, но заведение стремительно набирало популярность, гостей становилось все больше, а желания бодаться с соседями все меньше, поэтому решили переехать.

Быстро нашли двухэтажное, отдельно стоящее здание и там уже развернулись. В то время хотелось брутальности, мяса, хардкора. В качестве фирменного стиля выбрали стимпанк. Попросили гостей поделиться старыми вещами, и нам понесли барабаны от стиральных машинок, старые гитары, байкерские шлемы, гаечные ключи, шестеренки, пластинки, магнитофоны. Все эти вещи мы использовали для эксклюзивного декора. Все: от мебели до рядов персонала и обложек меню делали собственными руками.

И вот «Наш бар» стал больше, гостей прибавилось. Мы поставили сцену, хороший звук, стали приглашать музыкантов, в том числе, из других городов. «Терки» с соседями закончились, начались другие проблемы. В ивент-индустрии всегда так, особенно в нашей, отечественной: это сплошная пороховая бочка, не знаешь, где и когда рванет. На носу концерт, столики забронированы, билеты выкуплены, реквизит готов, и тут выясняется, что заболел басист, уехал гитарист, или у звукача семейные проблемы, или группа не может вылететь, потому что отменили рейс. Нужно срочно закрывать пробел, искать замену. Кроме артистов, есть ещё фотографы, видеографы, танцоры, официанты, бармены, которых тоже нужно скоординировать, прописать чек-листы, чтобы все четко понимали задачу, знали, что и как делать, какой результат нужно получить, и что будет, если мы его не получим. Самое сложное – предусмотреть все возможные форс-мажоры, разложить по полочкам, объяснить, и всегда иметь наготове план «икс».

Был случай во время открытия в новом здании. Мы проверили всю аппаратуру по отдельности: кухонную технику, сценический аппарат и т.д. А все вместе ни разу не включали. И вот вечеринка в разгаре, полный зал гостей, сцена и кухня шпарят на всю катушку. И тут проводка не выдерживает, вылетает к чертям, мы оказываемся в темноте и в заднице. Ни свечей, ни фонариков, ни генератора, конечно, не предусмотрели. В такие моменты сначала хочется умереть, но потом берешь себя в руки и говоришь: ничего, это мне опыт на будущее. Что делать? Принесли гитары, включили фонарики на сотках, сделали холодные закуски и провели обалденный акустический концерт. Было до того здорово, что, когда дали свет, гости стали кричать: «Выключите! Нам нравится!». Оказалось, они решили, что так задумано! В другой раз перед важной вечеринкой в трубах замерзла вода. И мои повара отогревали их кипятком. Отогрели.

Сейчас мы, конечно, готовы ко всему: у нас есть и фонарики, и запасная вода в бочках, любой форс-мажор встретим во всеоружии. Набить руку можно только одним способом - каждый день придумывать что-то новое, быть в тонусе, подогревать градус интереса, чтобы гости ждали, готовились, колесико крутилось. В Шымкенте проблема с артистами, поэтому я в постоянном процессе переговоров с другими городами, поиске новых лиц, голосов, тем для мероприятий.

«Набить руку можно только одним способом - каждый день придумывать что-то новое, подогревать градус интереса, чтобы гости ждали, готовились, колесико крутилось».

Новизна в ивент-бизнесе – ключевое слово. Закончился один сезон – все, пора менять декорации. Однажды принятые концептуальные решения, даже самые крутые, приедаются. Мы сами не любим делать одно и то же, и гостей приучили к тому, что, закончив одну вечеринку, они уже интересуются следующей и очень активно участвуют в подготовке. Например, идеи на Хэллоуин предлагают чуть ли не за год. Это один из наших любимых праздников, мы его ждем даже больше, чем Новый год. В качестве референса берем какой-нибудь фильм и делаем по

по нему вечеринку. Готовимся несколько месяцев: шьем костюмы, делаем маски, приглашаем гримеров, объявляем дресс-код, продумываем меню. Создаем целое театральное представление, в котором задействованы все: от персонала до гостей. В позапрошлом году делали вечеринку «От заката до рассвета». Один из гостей был в шоке, когда к нему на стол шагнула красивая девушка с живым питоном на шее и стала танцевать точь-в-точь, как в фильме. Да, нельзя танцевать на столе, это противоречит правилам общепита. Но мы сознательно дерзим и провоцируем, нарушаем правила, переходим границы. Этим и нравимся публике.

«Мы сознательно дерзим и провоцируем, нарушаем правила, переходим границы. Этим и нравимся публике».

В прошлом году Хэллоуин прошел в режиме «Постапокалипсис». Мы разносили гостям на десерт окровавленные «глазные яблоки», разливали черпаком адский дымящийся пунш, а наши гости фотографировались с живым пауком-птицеедом. Мелочи правят бал. Важно все: что транслируется на сцене и на лед-дисплеях, как одеты официанты и бармены, как оформлен зал и подаются блюда. Погружение настолько полное, что после вечеринки мы получаем отзывы в духе: «У нас ощущение, что мы приняли участие в съемках блокбастера! Спасибо!».

Интересно наблюдать, что именно в «Нашем баре» цепляет разных людей. Недавно к нам приезжала группа из Алматы, и вокалистку невероятно восхитило, что в дамской комнате есть всё необходимое: предметы гигиены, ватные диски и палочки, крем для лица и крем для обуви, корзинка для сотки и ключей. А для нас это естественно – заботиться о своих гостях, предусмотреть все удобства. Даже детей у нас есть, чем занять, хотя мы ночное заведение и на детскую аудиторию не рассчитаны. Дети ночью должны спать.

Никогда не тешила себя мыслью, что публику легко развлечь: наливай да пей. Современные гости очень искушенные, насмотренные, их трудно удивлять, тем более к нам часто приезжают из других городов и стран. Плюс мы транслируем весь движ в прямом эфире, как есть, непричесанный. Заодно понимаем по обратной связи: попали в тему или не добрали, не дотянули.

Я просто обожаю свою команду. Они готовы на все. В прошлом году заявляю: «Ребята, будем снимать на Новый год мюзикл. Наденем рюши, корсеты и чулки, будем танцевать канкан. Актеры – мы сами». Что вы думаете? За месяц мои ребята, на секундочку, без малейшего сценического опыта, выучили роли, сшили костюмы, днями и ночами репетировали, плясали и пели на съемочной площадке, при том, что их основную работу никто не отменял. И мы сняли мюзикл и презентовали его на нашей сцене! Большое счастье – найти единомышленников, которые не просто тебя поддержат, а еще сами накидают кучу идей.

Однажды к нам не приехала выступать группа, был субботний вечер, замену найти не смогли. Мы пригласили ди-джея и устроили дискотеку 2000-х. Гости в зале, пьют, едят, а программы нет, никто не заводит публику, и она явно в ожидании. Тогда мои официантки наряжаются в яркое и блестящее, выбегают на сцену, начинают танцевать и кричать в микрофон: «Ребята, вы пришли на супердискотечку, пора шевелиться!». Через 15 минут они подняли весь зал! Это необходимое умение – в критической ситуации быстро переобуваться, менять рельсы, чтобы паровозик дальше катился. Я им всегда говорю: «Вы работаете не на меня, а на себя. Мы – партнёры и должны вместе создавать и придумывать». Мои ребята - не просто обслуживающий персонал, они – герои, актеры, создатели контента. И гости к ним относятся не пренебрежительно - «поди-подай-принеси», а уважительно и даже восторженно, фотографируются с ними, просят автографы. За хамство по отношению к персоналу в «Нашем баре» можно попасть в бан. У нас даже объявление висит: «Клиент НЕ всегда прав».

«Мои ребята - не просто обслуживающий персонал, они – герои, актеры, создатели контента»

Мы всё обсуждаем вместе с командой: новые позиции в меню, развлечения для гостей, фишки, конкурсы, сюрпризы. Плюс внимательно отслеживаем настроение, состояние и потребности нашей аудитории, слушаем, что нам говорят, пишут, чем делятся, смотрим, на какой волне наши гости, и добавляем эти частоты.

Например, после карантина люди потянулись к здоровому образу жизни, и мы решили смягчить формат, уйти от жесткого рок-брутала в сторону эко. Закрыли бар на лето, провели ребрендинг. Гаечные ключи, металл, кожу, клепки и косухи сменили на цветы и зелень, перешли форму официантов, обложки меню вместо гаек и шестеренок украсили букетами. В меню жирные, жареные, тяжелые блюда заменили более легкими, здоровыми и полезными, с большим количеством зелени и овощей. Пристроили лаундж-террасу для тех, кто не любит шума, хочет уединиться, пообщаться, подышать свежим воздухом. Стали мультибрендовыми, название «рок-бар» поменяли на «арт-комьюнити». Теперь помимо концертов у нас проходят встречи, выставки, вечеринки, мастер-классы с разными творческими людьми: художниками, фотографами, поэтами, писателями, стендап-комиками, бизнес-тренерами, хэндмейдерами. Круто, когда разные люди собираются вместе, делятся своим творчеством, создают коллаборации, придумывают новые проекты. Мы подготовили много интересных штук для фото- и видеосъемки, приглашаем всех, кому нужна классная, необычная локация. Площадка открыта для любых проектов, вплоть до театральных постановок.

«Мы смотрим, на какой волне наши гости, и добавляем эти частоты»

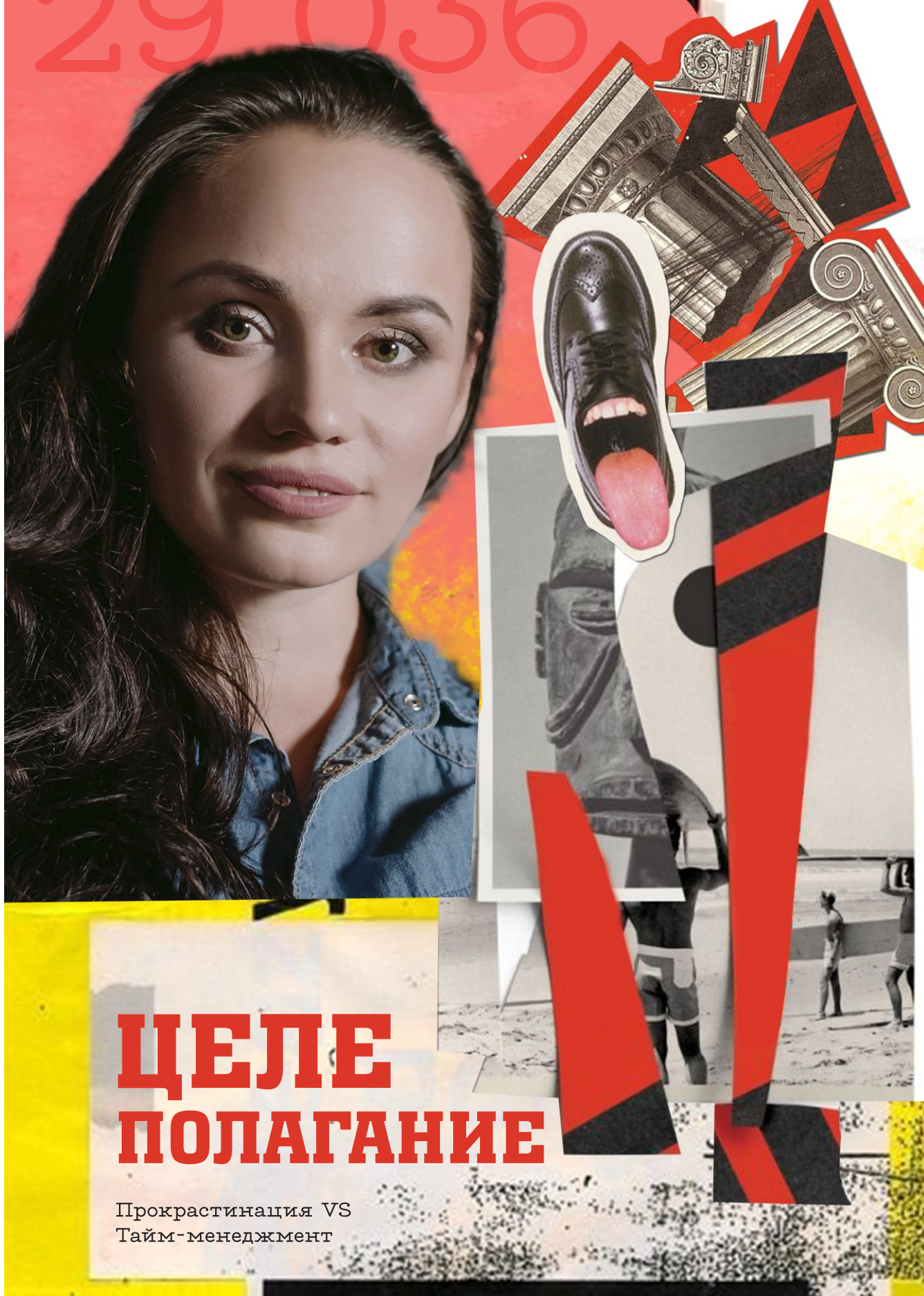
Важно нести заряд огня, иначе за тобой не пойдут. Приказывать бесполезно, только вдохновлять своим примером. Тогда люди согласятся на любую, самую сумасбродную идею. Организаторские скиллы тоже нужно прокачивать. Я постоянно изучаю устройство различных шоу: от показов мод до киноиндустрии и театральных представлений, подмечаю разные фишки, нюансы и потом применяю их на практике.

Ещё одно золотое правило бизнеса – бизнесмен получает, когда получают все. Прошла вечеринка, сначала заплати артистам, фотографам, видеографам, персоналу, только потом бери свое. Сделаешь хорошее шоу, гости останутся довольны – заработаешь, нет - думай, где прокосячил. И у меня бывает, что по деньгам на нуле, но со мной остаются эмоции, опыт, радость от состоявшегося праздника, его история. И эта история завтра приведет других людей, а значит – будет новый праздник и деньги тоже будут.

«Золотое правило бизнеса – бизнесмен получает, когда получают все»

До начала пандемии мы открыли «Наш бар» в Алматы. Очень мощно стартанули, несмотря на огромную конкуренцию, которой не было в Шымкенте. Было много артистов, к нам приезжали в гости Р.О.Д. и «Чайф», мы успели реализовать много крутых и важных проектов, обзавестись классными друзьями и партнерами, создать хорошее, качественное впечатление о себе. Но начался карантин, заведение мы закрыли, а аренду нам не убрали, и мы пошли в минус. С рынка пришлось уйти. Тем не менее, получили огромный опыт и понимание, что не важно, где ты находишься, главное – что к тебе хотят приходиться.

Когда у тебя ночной бар, ты не только бизнесмен. Ты режиссёр-постановщик, художник, кризис-менеджер, повар и много кто ещё. Я изучаю биографии известных личностей, вижу, через что пришлось им пройти, как они справлялись в тяжелых ситуациях. Это знание и постоянная практика делают сильнее, закаляют и позволяют не сдаваться, когда что-то не получается. Я просто принимаю трудности как нечто само собой разумеющееся. Наши ошибки - лучший тренажер. А сегодняшний день – самый лучший день в этой жизни. И если удастся добавить в него радости и праздника и разделить это с другими людьми – я самый счастливый человек на свете.



ЦЕЛЕ ПОЛАГАНИЕ

Прокрастинация VS
Тайм-менеджмент

Прокрастинация VS Тайм-менеджмент. Целеполагание.

Всего 200 лет назад никто знать не знал о какой-то «прокрастинации». Люди называли это просто ленью и лечили ее кнутом на конюшне. Весьма эффективно, надо взять на заметку.

Выбора особого не было. «Хочешь жить – умей вертеться», - говорили наши предки и вертелись как белки в колесе, хоть и не всегда с пользой для себя. Многие и сейчас не знают, что такое прокрастинация. Просто каждый день откладывают на потом важные, рутинные, необходимые и «скучные» дела. А они имеют свойство накапливаться. И потом сваливаться нам горой на голову в самый неподходящий момент.

Чем же мы тогда занимаемся вместо важных дел? Да всякой ерундой. Просмотром соцсетей, компьютерными играми, болтовней по телефону и прочим ковырянием в носу. В общем, делаем все, лишь бы не разгрести накопившиеся завалы.

Справедливости ради: иногда прокрастинация полезна. Ученые даже придумали красивый синоним этому явлению - **минимизация энергетических трат**. И утверждают, что, благодаря лени, придумана куча полезных вещей, которые существенно сокращают наши временные затраты на какие-то дела, в основном, бытовые: стирку, уборку, готовку и т.д. Кучу домашних дел за нас сейчас выполняют всякие аппараты и приборы: стиральные машинки, миксеры, блендеры, хлебопечки, мультиварки, роботы-пылесосы и компьютеры.

Вот здорово, да? Можно наслаждаться благами цивилизации и все успевать. Но прокрастинация вещь хитрая и все время подкидывает нам всякие приятные занятия типа просмотра соцсетей. Они незаметно съедают кучу нашего времени, а результата не приносят. Мы просто в очередной раз сдвигаем на следующий день важные дела и не выполняем обязательства. Поэтому поговорим о том, как победить свою лень и желание заниматься ерундой с помощью такого хорошего инструмента как планирование или тайм-менеджмент. Не набить свой день делами под завязку, чтобы не выглядеть лентяем, а сделать этот день максимально эффективным, чтобы в конце почувствовать радость и удовлетворение.

Для этого важно освоить **технику управления временем**. Кстати, многие считают, что управлять надо не временем, а собой, своими привычками, установками, своей энергией и т.д. Об этом и поговорим.

Известный эксперт по управлению временем Глеб Архангельский выделяет 3 слона, на которых держится весь тайм-менеджмент:

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

Грубо говоря, это список наших хотелок, целей, которые мы мечтаем осуществить.

ПЛАНИРОВАНИЕ

Этот «слон» необходим, чтобы цель не была абстрактной. Чтобы ежедневно мы делали что-то конкретное для ее реализации. Это важный пункт, и мы подробно его обсудим.

САМОМОТИВАЦИЯ

Без нее любую цель будет сложно выполнять на 100%. Это фокус на том, КАК ты выполняешь свою цель, достаточно ли сил, времени и энергии вкладываешь, как распределяешь ресурсы. Самомотивация нужна тем, у кого постоянно «зависают» какие-то мелкие рутинные задачи, которые не хочется делать, но надо.

Начнем с ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ.

Давайте сразу договоримся: цели нужно записывать, потому что из головы они имеют обыкновение выветриваться. Составить список можно на любом носителе: электронном или бумажном, будь то блокнот, планер, файл, лист ватмана и т.д.

Составляя список, важно обозначить главные цели и второстепенные. А также указать:

- сроки выполнения
- бюджет
- команду, с которой вы планируете это сделать
- подручные средства и т.д.

Чем подробнее вы это распишете, тем больше шансов осуществить вашу цель.

Умение ставить **правильные** цели очень важно. Наверняка в вашей жизни случалось так, что вы покупали какие-то курсы, хотели освоить новый навык или профессию, получить диплом, т.е. ставили перед собой серьезную цель. Загорались, начинали активно осваивать, а потом теряли к этому всякий интерес, гасли, начинали заниматься другими делами. У вас заканчивалось терпение, вдохновение. В итоге заброшенная учеба, несданные задания, зря потраченное время, деньги, разочарование и боль.

Причиной могут быть как неправильно поставленные цели, так и отсутствие так называемой **длинной воли** или способности делать ежедневную, рутинную, регулярную, монотонную работу для достижения результата. Это качество воспитывается, как именно, мы поговорим позже, а сейчас давайте определимся с целями.

Почему иногда красивые и вполне здравые цели не выполняются? Потому что часто они не наши. Мы просто увидели у кого-то красивую картинку и решили: хочу так же. А надо ли оно именно нам, не особо разбирались.

Основа основ правильного планирования - уметь выявлять, что важно именно вам, находить этому место в каждом дне и в расписании. Строить целеполагание на вашей уникальности, личных потребностях и жизненных ориентирах.

Разобраться, что необходимо именно ВАМ, персонально, помогают специальные упражнения.

Возьмите лист бумаги и продолжите следующие утверждения:

1. У меня никогда нет времени на...
(напишите через запятую, на что именно вам никогда его не хватает)
2. Я трачу слишком много времени на...
(перечислите вещи, на которые у вас уходит большая часть сил и времени)
3. У меня нет четко определенных целей в отношении...
4. Я хочу и могу весь день заниматься...
(пропишите любимые дела, которыми вам нравится делать, и на которые вам не жаль тратить время)
5. Я всегда недооцениваю время, необходимое для...
6. Я всегда откладываю планирование или начало...
(отпуска, занятий спортом, смены работы, напишите нужное)
7. Я часто опаздываю, потому что...
(перечислите причины)

8. Мне трудно говорить «нет» в ответ на...

(перечислите предложения, от которых вы не умеете отказываться и почему вам трудно отказать)

9. Мне трудно делать...

(какие вещи вам даются труднее всего)

10. Мне трудно закончить... (перечислите дела, которые вы не можете завершить в срок и постоянно забрасываете)

Четко прописанные ответы на каждый вопрос дадут ясную картину происходящего: что мы любим делать и делаем с удовольствием, а что не очень. Что нас тормозит, отвлекает, уводит в сторону от исполнения наших целей и задач. Где происходит утечка времени, которое мы могли бы потратить на нужное дело.

Честно ответив себе на вопрос: чего хочу Я (а не родители, дети, супруг, друзья или начальник), вы можете увидеть очень неожиданные вещи. Например, что карьера, которой так гордятся ваши родственники, вам самому вообще не интересна. Или что курсы, на которые вы стремительно записались, просто подражание вашему другу. Только ему они действительно интересны и важны, а вы так, с ним за компанию.

Вы можете увидеть и другое: например, что ваши маффины и торты, которыми восхищаются все родственники и соседи – отличная платформа для стартапа. А дизайнерские штуки, которые вы в перерывах между основной работой делали для клиентов, могут из хобби перерасти в источник стабильного заработка.

Когда вы определите ваши предпочтения, желания и пристрастия, можно приступать к составлению списка целей. В нем на первое место ставить то, что для вас важнее всего, и уделять этому пункту больше всего времени, сил и ресурсов.

Определяем стратегически важные цели

Здесь нам может понадобиться графика.

Мы можем нарисовать круг и разделить его на секторы разного размера, каждый из которых будет представлять какую-то часть нашей жизни: работа, семья, спорт, общественная жизнь, финансовое благополучие, хобби, здоровье, друзья, любовь, образование, духовное развитие и т.д. Определите для себя, сколько процентов вашей жизни вы уделяете каждой из этих сфер. Эти же пункты можно максимально честно оценить по шкале от 1 до 10.

Графика наглядно покажет, что для вас важнее всего. Вы увидите, например, что слишком мало уделяете времени здоровью, зато работа «съедает» вас целиком. Или что вы чересчур зациклились на отношениях, в то время как остальные сферы вашей жизни заброшены и остались без внимания. Возможно, окажется, что вы чрезвычайно увлечены общественной жизнью, а ваша семья и друзья остались без внимания.

Вы поймете, какие «сосуды» у вас «пересохли» и куда требуется влить жизни. Соответственно, ваши цели и планы станут более четкими и осязаемыми. Вы не просто будете ставить галочку «выполнено» в конце каждого дня, но получать радость и удовлетворение от реализованных дел.

Когда стратегически важные цели определены, пора приступать к планированию. И поскольку дело это серьезное, мы посвятим ему отдельную статью – «Планирование».



Прокрастинация VS Тайм-менеджмент. Планирование.

В прошлой статье я рассказывала о целеполагании – первом столпе тайм-менеджмента. Если коротко: прежде чем ставить себе цели, желательно понять, что вы вообще любите, какие занятия приносят вам радость и глубокое удовлетворение.

Когда цели поставлены, начинается **планирование**.

Цель правильного планирования - чувство глубокого удовлетворения от деятельности в конце каждого дня.

Что нужно, чтобы этого добиться?

- Прислушиваться к себе, своим ощущениям и желаниям
- Правильно распределять силы и средства
- Выявить убийц времени и избавиться от них
- Создать график, подходящий под ваш темпоритм
- Создать комфортные условия работы
- Периодически корректировать расписание под текущие обстоятельства

Планирование состоит из 3 этапов: анализ, расписание и действие.

Каждый день мы задаем себе вопросы: в правильном ли направлении я двигаюсь, нравится ли мне то, что я делаю? Достаточно ли времени я уделяю главным целям? Это и есть анализ. Он помогает нам не сбиваться с курса.

Если список целей, которые вы написали и распределили их по степени важности, соответствует вашим желаниям, то теперь нужно напротив каждой цели подробно написать, сколько ресурсов, времени, денег вы готовы ей уделить. Логично, что самые важные цели потребуют больше всего вложений, а остальное – по остаточному принципу.

Когда подробный список готов, нужно действовать. Каждый день делать один маленький шаг в направлении своей цели и ставить галочку «выполнено».

На это пути нам будут встречаться **проблемы и убийцы времени**.

Что это и как с ними бороться?

Мы ставим себе цель, но она так и остается невыполненной. Или мы все время откладываем ее выполнение. Самое время разобраться, что нам мешает, в чем проблема? Она техническая, психологическая или внешняя?

1. Техническая проблема - это отсутствие нужных компетенций, навыков или людей, которым вы можете делегировать выполнение задачи;

2. Внешняя проблема – это обстоятельства, которые от вас не зависят, и на которые вы не можете повлиять;

3. Психологическая проблема - скрытые внутренние убеждения, которые мешают нам добиваться целей и жить так, как хочется.

Техническая проблема

Например, вам нужно запустить таргетированную рекламу, чтобы продвигать свой товар. Вы пишете рекламный текст, делаете баннер, но не знаете, как запустить рекламу через правильные каналы, включить лидогенерацию, не умеете заниматься трафиком и SEO-продвижением.

Самостоятельно освоить запуск рекламы вы не можете или не хватает времени. Человека, которому вы могли бы делегировать эту обязанность, тоже нет. Значит, проблема – техническая. Соответственно, ваша цель: либо найти человека, умеющего запускать рекламу, либо найти в Интернете обучающий курс по запуску рекламы и освоить его самостоятельно.

Психологическая проблема

Предположим, у вас произошел конфликт с сотрудником или коллегой по работе. Вы в пылу ссоры наговорили ему много неприятного или уволили. Потом остыли и осознали свою вину, но никак не можете заставить себя поговорить с этим человеком. А чувство вины неприятно давит, все время напоминает о себе, мешает, как мелкий камешек в обуви, и демотивирует. Здесь важно отдавать себе отчет, что проблема не решится сама собой. Ее нужно четко осознать, принять и проработать.

Внешняя проблема

Это проблема, которая от нас не зависит: погода, чрезвычайное происшествие, пандемия. Мы ее не создавали и исправить не можем. Но можем изменить к ней свое отношение и перестроить свои планы в соответствии с обстоятельствами.

Существуют также «убийцы» или «похитители» времени. К ним относятся:

- раскочка и настройка перед любым начинанием
- обеды, перекусы и перекуры
- дорога на работу и с работы
- просмотр соцсетей
- общение с коллегами
- сон и отдых

И прочие вещи, которые нас отвлекают.

С некоторыми из них стоит подружиться и даже включить в расписание. Например, раскочку и настройку. Согласитесь, сложная задача требует подготовки. Мы ищем информацию по теме, продумываем организацию, настраиваем обратную связь, в конце концов сами входим в нужное рабочее состояние. Поэтому на раскочку нужно выделять дополнительное время.

Дорога на работу и с работы тоже может съедать кучу времени. Так почему бы не потратить его на что-то полезное? В дороге можно читать книги, слушать подкасты, музыку, спать, в конце концов.

Сюда же включаем время на сон, отдых и еду, а также на исправление ошибок, которые неизбежно случаются в любой деятельности.

Еще один важный момент. Управлять временем – значит, создавать такое расписание дня, график дел и жизни, которые будут нравиться и подходить именно вам, будут соответствовать темпу и ритму вашей жизни.

Допустим, вы человек многозадачный, проактивный, любите все делать быстро и не устаете, а, напротив, еще больше заряжаетесь от большого количества дел. Тогда и ваш график может быть очень насыщенным и наполненным разными задачами.

Если же вы человек медлительный, вдумчивый и умеете сосредоточивать свои усилия только на одной задаче, зато «копаете» глубоко и основательно, значит, и график ваш не стоит забивать никакими отвлекающими от основной задачи делами. Чтобы к концу дня не выгореть и не чувствовать себя опустошенным.

И еще один важный пункт. Мы ведь хотим получать удовольствие не только от итогов работы, но и от самого процесса. Значит, нужно создать комфортные условия для работы.

Если вы смутно представляете себе, как они «выглядят», давайте снова анализировать.

Выберите, что вы больше предпочитаете, либо напишите свой вариант ответа.

- Работать независимо от других (например, тренироваться самостоятельно дома)
- Работать с командой (заниматься спортом в группе, с тренером)
- Сосредоточиться на чем-то одном
- Работать в разном режиме и делать несколько дел одновременно
- Насыщенный, плотный график работы
- Неторопливое и необременительное расписание

Мне нравятся:

- Жесткий дедлайн
- Длительная реализация с хорошим запасом времени
- Долгое и тщательное обдумывание
- Быстрое и импульсивное принятие решений
- Работать в тишине
- Работать на музыкальном либо другом звуковом фоне
- Работать рано утром
- Работать поздно вечером

И т.д.

На продуктивность и эффективность работы влияет все: свет, звук, наличие (отсутствие) посторонних, время суток, возможность временно переключиться на другие задачи или отдых и т.д.

Например, вы «сова», вечером у вас только пробуждаются идеи, открывается второе и третье дыхание, портал вдохновения, а вы вынуждены ложиться в 10 вечера. При этом уснуть не можете, вас одолевают разные мысли, утром чувствуете себя разбитым. А могли бы почитать книгу, распланировать дела на неделю, что-то детально проработать.

Или вы любите тишину, а у вас дома шум-гам, дети кричат, сосед сверлит стену. Вы нервничаете и раздражаетесь, рабочий настрой теряется, усталости много, а толку ноль.

Именно поэтому я прошу подробно прописать все мешающие вам внешние факторы, чтобы проработать их и исключить. Зная свои предпочтения, вы сможете эффективно выстраивать рабочий график и создавать комфортные условия для деятельности.

Когда мы разобрались с тем, что нам мешает и с тем, что нас вдохновляет, можно составлять план распределения времени: от подъема до отхода ко сну. В идеале он должен соответствовать вашим ответам на контрольные вопросы.

Когда план уже составлен, проверьте, отражает ли он ваши стратегические цели.

Спросите себя:

Мой план включает в себя время для всех видов важной для вас деятельности?

Могу ли я по этому плану сосредоточиться на выбранной задаче? (во время, отведенное семье – на семейных заботах. Во время, отведенное работе – на рабочих задачах и т.д.)

Я занимаюсь каждым видом деятельности в подходящий для меня период времени?

Следуя этому графику и плану, я испытываю в конце дня радость и удовлетворение?
Наполняюсь чувством гармонии?

Ответы помогут вам скорректировать план, добавить в него новые цели и задачи, убрать то, что не нужно, или распределить время более рационально.

Помните! План должен всегда отражать и удовлетворять ваши текущие интересы, потребности и цели!

Разумеется, план – это не какая-то застывшая конструкция. Он может меняться в зависимости от обстоятельств и форс-мажоров. Главное, чтобы ваши цели все же выполнялись. Каждый день маленькими шагами, по чуть-чуть, но вы шли вперед и преодолевали ступеньку за ступенькой. А быть гибкими вам помогут **5 способов планирования:**

Сортировка

Когда вы четко осознали, что для вас важно, а что нет, вы можете расставить задачи в порядке приоритетности. Есть первоочередные задачи, есть те, что подождут, но все равно их нужно выполнить, третьестепенные, которые можно отложить на долгий срок и т.д.

Зачистка

Зачистка нужна, когда задач больше, чем времени. Смотрим внимательно: наверняка в списке есть задачи, которые не представляют особой важности, не соотносятся с вашими интересами, потребностями, предпочтениями и вообще кем-то навязаны. Вы можете смело:

- исключить их из списка
- сократить время на их выполнение
- делегировать эти обязанности другим людям. Например, поручить детям выполнение несложной домашней работы.

Назначение определенного времени для тех задач, которые вы точно решили выполнить

Уплотнение времени

Необходимо для завершения задачи в отведенное для нее время. Что мы можем сделать?

- Сократить время на отдых, сон и еду. Например, пообедать можно за 20 минут вместо часа, а для здорового сна достаточно 6-7 часов вместо 10. Зато сразу появляется время на зарядку, прогулку, чтение или общение с детьми. Разумеется, нужно прислушиваться к себе и своему телу, учитывать свое состояние, возраст, потребности и т.д. Между хроническим недосыпом и любовью поспать и поваляться большая разница, поэтому сокращать время нужно не в ущерб здоровью.

- Преодолевать свою медлительность и привычку опаздывать
- Меньше тратить времени на раскачку, сомнения, откладывание, переделывание, а просто берем и делаем (слушайте подкаст «Перфекционизм»).

Например, вы никак не можете начать вести соцсети, потому что «сначала надо похудеть, найти подходящую локацию, сделать освещение, пройти курс ораторского мастерства, побороть страх публичности, купить новую одежду» и т.д. (нужное подчеркнуть). В итоге вы уже похудели, купили свет, звук, одежду, а дело так и не начали. Можно бесконечно до себя докапываться, а можно просто начать снимать видео на сотку и начать набирать подписчиков, а уже со временем менять и улучшать свой аккаунт и его наполнение.

Гармонизация

Если происходят изменения и форс-мажоры, вы адаптируете к ним свое расписание, чтобы не сбиваться с намеченного курса. Допустим, прямо сейчас есть подходящий момент, чтобы начать какое-то дело. Значит, начните и не откладывайте в долгий ящик.

Итак, вы составили список целей, подробно расписали, как будете их выполнять, распределили время, попробовали по нему действовать, внесли необходимые корректировки в свой план. Теперь начинаем действовать по плану. И чтобы дело шло легко и комфортно, нам понадобится **самотивация**.

Что это и как с ней работать, поговорим в следующей статье.



Прокрастинация VS
Тайм-менеджмент

ешь
лягушек
и кайфуй



САМО МОТИ ВАЦИЯ

Прокрастинация VS Тайм-менеджмент. Самомотивация

В двух предыдущих статьях мы обсуждали, как составить список своих целей и расписать план их выполнения.

Если вы это сделали, и план у вас на бумаге, значит, пришло время действовать. И здесь мы можем столкнуться с самой коварной частью прокрастинации. Которая будет каждый день говорить вам:

«А может еще поваляемся?»

«А давай отложим на завтра?»

«Давай поедим, а потом продолжим?»

«Вот сейчас посмотрим, что любимая блогерша написала, и за работу!»

И так далее и тому подобное... И вот уже полдня прошло, а вы еще ни за один из пунктов плана не принимались.

Если вы поймали себя на такой пробуксовке, значит, пора подключать новый инструмент под названием **самотивация**.

Есть разные способы себя мотивировать, я назову только самые эффективные из них, которые проверены на себе.

1. Четкое планирование
2. Умение ставить и достигать цели
3. Умение распределять ресурсы
4. Самодисциплина
5. Длинная воля
6. Формирование полезных привычек
7. Управление энергией

Как минимум три из них мы уже разобрали: это формулирование правильных целей, важных именно для вас. Четкое планирование с учетом вашего темпоритма, предпочтений, характера и так далее. И умение распределять ресурсы, расставляя их в порядке приоритетности.

Зачем мы это делали? Чтобы вам было комфортно выполнять свои цели, чтобы вы этим горели и получали от этого процесса удовольствие. А удовольствие – часть самотивации.

Не надо никому соответствовать и подражать, за кем-то гнаться. Просто делайте любимое дело каждый день, понемногу, в комфортном для вас состоянии и удобном темпе, и ощущение, что вы выполняете какую-то тяжкую повинность, исчезнет. Вы будете наслаждаться процессом.

Но в нашей жизни есть не только приятные вещи. Есть и обязанности, которые особой радости и удовольствия нам не приносят, но заниматься ими надо, потому что они – часть нашей жизни.

Глеб Архангельский называет их дела-лягушки и дела-слоны.

Слоны – это большие и серьезные задачи, которые кажутся неподъемными: перевод книги, научная работа, сдача экзамена по вождению, переезд, обучение, похудение и т.д. Слонов мы боимся, потому что на них даже смотреть страшно. Но если разбить слона на кучу маленьких слонят, то они нам покажутся вполне милыми и подъемными.

Например, наша цель – похудеть и убрать живот. Для этого каждый день нам нужно выполнять пару-тройку упражнений и отказаться от ужина после 6 часов вечера. Три упражнения для пресса займут 10 минут в день. Можете выделить больше? 20 минут, полчаса? Отлично! Но каждый день вы должны выполнять эти упражнения, желательно, в одно и то же время. Маленькие шаги нужны, чтобы не перегореть и дойти из пункта «А» в пункт «Б».

Или цель – написать диплом. Мы понимаем, что сделать это за сутки или двое практически нереально. Но если ежедневно, в течение 3-4 месяцев, уделять диплому хотя бы час в день, то вы справитесь с этой задачей довольно легко и без лишнего стресса.

Теперь о делах-лягушках. Это мелкие, рутинные и не очень приятные дела, которые есть у каждого из нас.

Например, здоровье. Среди нас найдется мало любителей врачебных кабинетов. Но мы понимаем, что если раз в полгода не ходить к зубному, не сдавать анализы, запускать какие-то мелкие болячки, то дело может закончиться серьезным заболеванием. Поэтому в план, который мы составляем, мы обязательно вносим визиты к врачу.

Или возьмем спорт. Это привычка, которая требует постоянства. Но многие из нас, походив месяц на фитнес, или пробежав пару раз утром три километра, начинают филонить и искать отговорки. То мышцы болят, то лень, то нашлось более приятное занятие. Но если у нас в плане стоит пункт «похудеть на 10 килограммов» или «убрать живот» или «подкачать мышцы», то исполнять задание нужно ежедневно.

Но как себя заставить делать эти три упражнения? Особенно людям, которые любят быстрый и видимый результат. Назовем их условно «спринтеры». Это люди, которые берут с места в карьер, быстро бегут, но и быстро выдыхаются. А для достижения больших целей нужна «длинная» воля, то самое ежедневное, рутинное исполнение одних и тех же маленьких шагов. Спринтеру трудно объяснить, что результат будет, надо только подождать, он хочет его здесь и сейчас.

В этом случае, во-первых, в ваш план стоит включить одно-два дела, результат которых вы видите сразу: это может быть важная покупка, получение какого-то документа, косметическая процедура или что-то еще.

Во-вторых, каждый день говорите себе: «Я делаю это сейчас, потому что хочу достичь своей цели и почувствовать удовлетворение от ее выполнения».

В-третьих. У испанцев есть поговорка: «Каждое утро съедай лягушку». Это означает: выполни неприятное дело первым, чтобы не портить себе день.

Например: вызвать мастера по ремонту компьютера, выяснить отношения с другом, попросить руководителя фирмы о повышении зарплаты и т.п.

Съев одну лягушку, вы весь остальной день ходите бодрый и радостный. Про остальных лягушек вспоминать не надо. Они останутся на следующие дни. И наоборот, если утром (или в течение дня) «лягушку» не съесть – она будет весь день маячить где-то на горизонте и отравлять жизнь.

Глеб Архангельский писал: «Я думал, что у меня стада «лягушек», зеленые ковры вокруг меня, но, когда ввел «правило ежедневной лягушки», - они все разошлись за две недели».

А вот если их не делать, «дела-лягушки» накапливаются и грозят перерасти в слонов. Сегодня задача заняла бы у вас пять минут, а через неделю на нее придется потратить несколько часов, да еще и выслушать неприятные замечания от близких или коллег. А так - съел с утра лягушку – и выдохнул. И весь остальной день живешь спокойно.

Еще один момент. Допустим, вы все делаете по плану, упорно, ежедневно, но какого-то особого результата пока не видите. Более того, он не просто нулевой, а отрицательный. Это серьезный удар по мотивации. В такой момент хочется опустить руки и все бросить. И это будет самая большая ошибка. Почему? Потому что наши ошибки – это самое главное обучение. Все помнят поговорку: «Не ошибается тот, кто ничего не делает». Если вы что-то делаете впервые, ошибки неизбежны и очень полезны. Без них вы не поймете, в какую сторону дальше двигаться, что в вашем плане лишнее, а что стоит добавить. Поэтому учитесь на своих ошибках, благодарите за критику и радуйтесь поражениям. Они – ваши лучшие учителя.

Еще один сдерживающий фактор – страх. Сколько людей не начали свое дело из-за страха. А ведь там, где страх, начинается самое интересное. Недавно я выпустила свою книгу, которая так и называется «Иди туда, где страшно». В ней я рассказываю о самых сложных историях из моей жизни и бизнеса. Я могла бы споткнуться на этом месте, упасть и больше не встать. Не ходить в эту сторону и даже не смотреть туда. Но я вставала и шла. Если хотите узнать, как это было, можете приобрести мою книгу и она станет для вас хорошим помощником в самых сложных ситуациях. И вы поймете, что бояться – это нормально. Главное, чтобы страх не съел вас целиком и не закрыл все входы и выходы.

И последнее: хвалите себя за каждый пройденный шаг. Ведь если вы прослушали этот подкаст, наметили цели, составили план, и начали по нему действовать, вы уже большой молодец и обязательно добьетесь того, чего хотите. А если нет, то у вас все еще впереди, и можно приступить прямо сегодня.

Помните: у всех нас 24 часа в сутках. Но кто-то за это время успевает вести 6 бизнесов, воспитывать троих детей, посещать разные страны, вести несколько страниц в соцсетях, заниматься спортом, читать книги, а кто-то не успевает ничего, даже не выходя на работу, и с одним ребенком на руках.

В чем секрет? В умении быть эффективным, выстраивать грамотно свои планы, в соответствии с вашим темпоритмом. Ответьте себе честно на вопросы: какие вы ставите цели, на чем фокусируетесь, где «сливается» ваше время?

И помните: планирование должно быть комфортным, а не превращаться в кучу таблиц и графиков, заполнение которых будет отнимать у вас больше времени, чем сами дела. Я желаю вам правильных целей, умения грамотно планировать и получать удовольствие от того, что вы делаете.

Каждый наш день – это маленькая жизнь. Как вы проживаете день, так вы проживете жизнь. Часовые результаты сливаются в результат дня, дни – в недели, недели – в месяцы и годы. Так мы меняем качество нашей жизни и делаем ее насыщенной, продуктивной и интересной.

Делайте то, что вам нужно и получайте удовольствие от каждого дня!



СИНЕЕ НА КРАСНОМ

ИЛИ ТОП ОШИБОК В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

Синее на красном или топ ошибок в наружной рекламе

Как театр начинается с вешалки, так бизнес начинается с вывески. Хорошо сделанная, оригинальная, грамотная, красивая вывеска – это магнит для покупателя.

Остальное - уже дело маркетинга и хорошего сервиса. Лично я считаю наружную рекламу визитной карточкой города. Любая вывеска - лицо заведения, первый шаг к продажам. Очень важно не экономить на рекламе, как это делают некоторые предприниматели. Они либо ищут, где дешевле, либо пытаются сделать сами. Результат: некачественная, безвкусная, неграмотная реклама. А это удар не только по имиджу бизнеса, но по имиджу города.

Когда мы приглашаем домой гостей, то делаем уборку, готовим вкусные угощения, стараемся красиво накрыть стол. Так почему бы не постараться для гостей города? Они тоже хотят красоты и комфорта: удобной навигации, уютных мест для отдыха, приятных зрительных ощущений. А теперь представьте: человек выходит, к примеру, из аэропорта и по дороге в город видит указатели с ошибками, неразборчивый шрифт, аляповатые вывески. Первое впечатление: в этом городе живут отсталые, безграмотные люди, не любящие свой город. Поэтому наша задача как рекламщиков – заботиться не только о своей репутации, но и о репутации города и страны в целом.

Наш с мужем первый бизнес – рекламное агентство «Буквадел». Начинали мы с нуля в 2007 году. А теперь 80% наружной рекламы Шымкента – наших рук дело. Со временем у нас появились другие проекты: рок-бар, зона отдыха, караоке-ресторан и инглиш-паб. Но мы по-прежнему остаёмся в рекламном бизнесе, потому что видим, как наша работа помогает предпринимателям развиваться, зарабатывать прибыль и привлекать новых клиентов.

С какими ошибками в наружной рекламе нам приходится сталкиваться чаще всего?

Ошибка 1 - Шаблонное мышление

80% бизнесменов называют заведение своим именем, либо именем близкого родственника: жены, дочери, брата и т.д. В результате в городе на каждом шагу именные вывески: «Айсулу», «Нурсултан», «У Адели» и им подобные. Однажды я на своём Youtube-канале делала обзор вывесок нашего города. Выяснилось, что даже на одной улице соседние вывески иногда повторяют друг друга. Людям настолько лень придумывать, заморачиваться, изобретать новое, что они просто делают «как у соседа». А ведь сама цель рекламы – заявить о себе, обратить на себя внимание, выделиться, соблазнить и заманить покупателей. В наше время нужно отличаться, иначе потеряешься, сольёшься с толпой.

Ошибка 2 - Делать так, как сказал клиент

Бывают клиенты, которые настаивают на собственной концепции дизайна. Приходит такой человек и просит синюю вывеску на красном здании. Мы объясняем: синее на красном потеряется, нужны более контрастные цвета. Нет, говорит клиент, я люблю синий! А жёлтый мне не нравится! В этом случае стоит задаться вопросом: для кого вы делаете рекламу и вывеску? Для себя или для привлечения клиентов? Если хотите удовлетворить свои вкусы, то наклейте дома синие обои или купите себе синий костюм с красным галстуком. А если вам нужно привлечь клиентов, то десятая вывеска «Айсулу» на улице, или синее на красном – проигрышный вариант. Бизнес – это уже не про вас, ваши вкусы и вашу жену, какое бы прекрасное имя у неё ни было. Это про вкусы ваших клиентов. Это им должно быть интересно, выгодно, вкусно, красиво, легко вас найти, запомнить, выделить из других. По статистике, у человека есть 3 секунды, чтобы прочитать вашу вывеску. Если она нечитабельная, небрежно сделанная, в ней не хватает букв, ваш покупатель просто пройдёт мимо.

Ошибка 3 – Синее на красном

В топ рекламных ошибок, которые совершают предприниматели, также вошли светлые вывески на крышах зданий, теряющиеся на фоне неба, неправильно подобранные, «капризные» материалы, из-за которых вывеска деформируется на жаре или на морозе и незнание психологии цвета. Например, при оформлении вывесок для общепита нельзя использовать фиолетовый, потому что он не вызывает аппетита, а оранжевый, красный, жёлтый и зелёный наоборот считаются «аппетитными».

Помните: в рекламе нет мелочей, важно всё: шрифт, сочетание и звучание слов, их написание, цветовая гамма и многое другое. Именно поэтому я советую работать только с проверенными, опытными партнёрами. Сейчас клиенты хотят не просто вывеску над входом и красивую витрину, они просят максимально креативный дизайн, стратегию продвижения, интересные фишки для открытия и т.д. Поэтому мы работаем комплексно, по всем рекламным направлениям: от разработки слогана и вывески до PR-кампании, плюс предлагаем услуги SMM-рекламы и интернет-маркетинга. У нас есть свой собственный цех с полным циклом производства, где изготавливается всё: от мебели и декора до бегущей строки.

Всем бизнесменам хочу посоветовать: не занимайтесь «самолечением». Вы ведь не спрашиваете у друга, как удалить аппендицит и тем более не удаляете его сами. Вы идёте к врачам, проходите обследование, потом ложитесь на операцию, а после принимаете все назначенные врачом препараты.

Так и в бизнесе: если собираетесь открывать своё дело, сделать ребрендинг или провести рекламную кампанию, проконсультируйтесь у нескольких специалистов и выберите оптимальный вариант. В защиту клиентов хочу сказать, что рекламщики сейчас тоже обленелись: вместо разработки оригинального контента они предпочитают воровать чужой, делать под копирку, под шаблон. Очень мало индивидуальности, креативности, эксклюзива. Я своих дизайнеров заставляю уходить от избитых шаблонов, включать фантазию, ассоциации, призываю не повторять, а создавать своё, совершенствоваться, развиваться, изучать новые тенденции, законы рекламы. Только так можно добиться успеха и помочь себе и клиентам хорошо зарабатывать!





МУЛЕН РУЖ

по-казахстански

почему полезно сбывать мечты

Мулен Руж по-казахстански: почему полезно сбывать мечты

Только представьте: 2020-й год, декабрь. Самый разгар пандемии. Все заведения работают максимум до 11 вечера. По городу рыщет полиция, которая штрафует бары и рестораны за любой промах.

Именно в это время мне приходит в голову идея сделать первый в Шымкенте мюзикл и презентовать его публике в Нашем баре.

Я озвучиваю эту идею мужу и коллегам и все дружно начинают крутить пальцем у виска. Маша, ты с ума сошла? Ты хочешь сделать мюзикл за 2 месяца?! Костюмов нет, сценария нет, кто будет петь, танцевать, играть? Как вообще все это делать, когда весь мир сидит по домам, не снимая масок?

Но я четко представляю себе эту картину. Мюзикл в стиле Мулен Руж. Чулки, перья, кабаре, виски, сигары, дым, шум, любовь и музыка! Мы должны это сделать. Мы должны сделать праздник именно тогда, когда никаких возможностей для праздника нет, и сбыть свои мечты, когда весь мир потихоньку сходит с ума в вынужденном заточении. Я хочу стать немножко волшебником, магом, организатором, и помочь моей команде реализовать их желания.

Нет сценария? Ха! Зато есть Нуран, который всегда мечтал его написать. Нет певицы? Зато есть наша бар-леди Лиза, которая всю жизнь мечтала петь и выступать. Нет песен? Есть официантка Таня, которая пишет песни и мечтает, чтобы её трек «Музыка закружит» исполнили со сцены. А еще есть музыкант Али, мечтавший сняться в фильме, мой муж Андрей, у которого много прекрасных песен, гитара и голос, поэт Аман Рахметов, желающий прочесть свои стихи. Да у нас есть все для реализации наших желаний: место, время, люди, и даже приглашенный мною из Алматы шоу-балетмейстер Володя Черняк, который согласился поставить нам танцевальные номера. Я заражаю всех своей идеей, и мы с головой ныряем в эту ошеломительную авантюру.

Между задумкой и премьерой мюзикла прошло 2 месяца. За это время был написан сценарий, подготовлены костюмы и антураж, отрепетированы роли и танцевальные номера, отснят и смонтирован весь фильм. Мы назвали наше детище «Салют мечты» и презентовали его 14 февраля в день всех влюбленных. Только за сутки его посмотрели более 1000 человек, а на сегодня фильм набрал более 5 тысяч просмотров.

Благодаря мюзиклу, мечты каждого из героев этой истории осуществились. Теперь вы понимаете, почему мы так его назвали? Обычные люди, официанты, бармены, музыканты взлетели, раскрылись, засияли, стали частью салюта мечты, на который все смотрят в восхищении.

«Человека, одержимого своей мечтой, можно сравнить с человеком, которого мучает жажда. Самое большое его желание – выпить воды. Суть нашего мюзикла в том, чтобы, имея мечту, не отдаляться от других людей, не оставаться одиноким в своих желаниях» - рассказал потом наш поэт и актер мюзикла Аман Рахметов.

А ведь так и есть. Представьте, что вы давно, может, с детства или даже с юности лелеяли какую-то мечту, страстно чего-то желали. А потом, может, родители вас не поддержали, может, работы было много, дети, заботы, бытовые хлопоты, неуверенность, мысли: «А зачем. Кому это надо?». И вот наша мечта лежит заброшенная, на дальней полке, покрытая толстым слоем пыли. Мы почти не вспоминаем о ней. А если вспоминаем, то иногда даже с усмешкой, вот, мол, напридумывал же когда-то! Только иногда ночью или в одиночестве мы вдруг ощущаем острую тоску по своей несбывшейся мечте.

Такое бывало с каждым из нас. А теперь представьте, что вдруг неожиданно, кто-то сказал вам: «Слушай, дружище, твоя мечта просто супер! Давай ее осуществим. У нас есть все возможности для этого, стоит лишь захотеть». И вы понимаете - да, вот он этот шанс. У вас загораются глаза, вас колбасит, как никогда в жизни, вы готовы не спать день и ночь, лишь бы все получилось, лишь бы сбылось. А рядом с вами такие же заряженные, одержимые, сумасшедшие люди с горящими глазами делают общее с вами дело, и ими движет тот же самый мотив – сбывать свою мечту. И, когда все, наконец, происходит, вы ощущаете такой коктейль из эмоций, такую гамму чувств, в которой есть и усталость, и немножко грусть, и восторг, и любовь, и счастье. Но главное – это ощущение близости с теми, кто рядом, кто разделил с вами этот праздник. Я считаю, что это и называется – жить. Жить по-настоящему, всем сердцем, всей душой. Сбывать свои мечты, сбывать мечты ваших близких, делать то, чего от вас уже никто не ждал. А вы смогли, вы совершили невозможное, вышли за свои собственные рамки и границы, разрешили себе жить, чувствовать, мечтать и творить. Вы открыли в себе новые таланты и возможности и не исключено, что теперь ваша жизнь круто изменится и пойдет совсем по другому пути.

Именно этого я вам и желаю. Чтобы ваши самые заветные, самые сокровенные мечты обязательно сбывались. А потом появлялись новые и тоже сбывались. Будьте счастливы, друзья мои! Пусть ваш салют мечты будет самым прекрасным и волшебным.





ТРИ СЛОНА И ОДНА ЧЕРЕПАХА

ИДЕАЛЬНОГО СЕРВИСА

Три слона и одна черепаха идеального сервиса

Для начала разберемся с самим понятием «сервис». В английском языке это означает «служба». В русском языке «служить» - делать что-либо, подчиняясь чьим-то интересам.

Трудиться во имя пользы. Отдаваться без остатка, быть верным чему-либо. То есть, служить – значит, слушать и исполнять то, чего хотят от тебя другие. В любой сфере, чем бы ни занимался человек, в любом бизнесе сервис – самое главное, самое важное.

В чём же тогда основная проблема сервиса и почему она всегда стоит так остро?

Мне кажется, люди в наше время не особо стремятся служить. В самом слове «служить» для многих есть нечто унижительное, особенно для молодёжи. Она не готова никому подчиняться, никого не желает слушаться и слушать. Не готова не только выполнять чьи-то правила и требования, но и пожелания других людей. Отсюда и кризис сервиса, который, в частности, наблюдаю я, как работодатель. Желающих работать – много, желающих служить клиентам и своему делу – единицы. Работодатели готовы платить большие деньги, чтобы удерживать таких людей, либо возвращают и обучают их самостоятельно.

Как переломить ситуацию?

Для начала понять и принять, что позиции в паре «продавец-клиент» поменялись кардинально. Раньше клиент держался за продавца. Особенно, если у продавца был большой ассортимент или уникальный товар. Теперь уникальных много. В Интернете тысячи предложений, магазинов, ресурсов по продаже чего угодно. Не понравилась цена, скорость доставки, качество товара, выбор, всегда можно пойти по другой ссылке. Поэтому теперь продавец бежит за клиентом. А заманить и удержать его можно только отличным сервисом.

По моему опыту, хороший сервис держится на трёх слонах:

1. Слушать и слышать клиента
2. Благодарить за всё хорошее, а высший пилотаж – уметь благодарить за критику, ибо критика – самый мощный ресурс и толчок для дальнейшего развития.
3. Быть всегда на шаг впереди пожеланий и запросов клиента, предупреждать их, давать больше, чем клиент ожидает и ему обещано.

Разберем подробнее.

Правило 1 - СЛУШАТЬ, СЛЫШАТЬ, БЫТЬ ДОСТУПНЫМ

Из 10 плохих отзывов о сервисе 8 будут про то, что продавец медленно реагирует на запросы. «Вне зоны доступа», не отвечает в личку, не комментирует критику, в общем, не «отсвечивает» после получения денег за товары или услуги. Для клиентов это – глубокий минус и тревожный маркер. Он думает: а продавец-то, возможно, обычный мошенник. Раз не слышит, не отвечает, значит, хочет кинуть. И неважно, что вы ужасно заняты. Для клиента сообщение без ответа – это игнор. А значит, он и его мнение для нас не важны, он – ноль в хищном мире бизнеса. Мы взяли с него деньги, а потом оставили один на один с проблемой. Что сделает такой клиент в ближайшие два-три дня? Правильно, напишет ругательный отзыв. И в нём припомнит все: 5 дней ожидания, сообщения без ответа, плохой интерфейс сайта, недобросовестную рекламу в Инстаграм. И будет тысячу раз прав, потому что самое неприятное для любого человека, а тем более для человека, который заплатил нам деньги – это НЕВНИМАНИЕ. А теперь простая статистика: хороший отзыв приведет 3-х новых клиентов. Плохой – отведит десятерых.

Сейчас невниманию нет оправданий. Существует масса способов связи: мессенджеры, соцсети, Telegram-боты. Мониторить их на постоянной основе, своевременно реагировать на любой вопрос, критику или благодарность – задача и обязанность любого бизнеса. А в идеале мы можем не только отвечать на уже поступивший запрос, но и предупреждать его. То есть, постоянно анализировать все возможные возражения, вопросы, претензии, сомнения клиентов и работать на опережение.

Правило 2 - РАБОТАЙТЕ НА ОПЕРЕЖЕНИЕ, ДЕЛАЙТЕ БОЛЬШЕ

Быстро реагировать на просьбы клиента в наш скоростной век - уже не тренд. Предугадывать желания клиента – вот настоящее искусство! И держится оно не на интуитивных догадках, а на тщательном анализе и знании вашей аудитории. Для этого важно работать не только с отдельными замечаниями, но и с отзывами в целом.

Например, вы заметили, что клиенты часто опаздывают из-за невозможности припарковать машину. Или пишут, что товар «не ищется» в поиске. Вы можете опередить запрос клиентов и опубликовать геометку удобной парковки. Или сделать более удобной строку поиска.

Думаете о том, как ещё улучшить ваш сервис? Спросите у клиентов напрямую. Критиковать и ругать любят не все, многие любят делиться конструктивными идеями. Можно даже предложить совместный брейнсторм и получить много дельных предложений. Когда клиент видит, что вы прислушиваетесь к его мнению, лояльность повышается в разы.

Когда вы знаете свою аудиторию, ее пристрастия, вкусы, интересы, вы всегда сможете с ней договориться.

Однажды дорогу, ведущую к нашей летней зоне отдыха, закрыли на реконструкцию перед началом сезона. Надо было спасать ситуацию. Мы вспомнили про другую дорогу, она была гораздо длиннее, плюс за 10 км до зоны нужно было оставить машины и идти пешком, с вещами, по жаре и бездорожью. Как убедить людей это сделать? Чем их заманить? Мы знали, что большинство наших гостей – любители дикого отдыха, а значит, подпишутся на приключение. И устроили квест. Что вы думаете? Наши экстремалы приняли вызов! Мы встречали их на зоне как победителей: фанфарами, аплодисментами и холодным, бесплатным пивом.

Всегда делайте для ваших клиентов больше! Экономьте их деньги! Бонусный массаж после маникюра, сюрприз к празднику, необычная упаковка, красивое приглашение, кэшбэк, VIP-карта для постоянных клиентов, скидка на любимый товар. Есть тысячи способов удивить, проявить заботу, порадовать, оправдать ожидания и даже чуть-чуть их опередить. Это легко, когда вы любите своих клиентов и хотите, чтобы им было с вами комфортно, безопасно и уютно. Ведь идеальный сервис может быть только по любви, и никак иначе.

Правило 3 - БЛАГОДАРИТЕ

Будьте благодарны клиентам за всё. За хорошие отзывы, за добрые слова, за крупные покупки, за приведённых новых клиентов, за поддержку в трудный час, а более всего – за критику. Для нас критика – это ПОДАРОК! Даже если ее написали хейтеры, которые пришли порезвиться на нашу страничку в Instagram. Собираем отзывы, складываем в копилочку и проводим работу над ошибками. Да-да, как в школе, когда учительница правила наши диктанты красной пастой. Плохие отзывы нужны не для обиды и расстройства, а для улучшения, исправления и развития! Именно благодаря критике, мы учимся видеть свои минусы и менять их на плюсы.

ПРАВИЛО 4 - Клиент не всегда прав

Сейчас скажу непопулярное мнение. Клиент не всегда прав. Думаю, все, кто работает в сфере обслуживания, могут рассказать кучу историй про вредных клиентов. Причины могут быть разные. Есть хамы, которые считают обслуживающий персонал людьми второго сорта. Бывает, что человек встал утром не с той ноги, поругался с домашними, потом на работе получил выговор, а на дороге штраф, и пошёл сливать негатив на официантов, операторов, или администраторов. Бывает, что человек напился и ведет себя неадекватно. Действовать надо по ситуации, но давайте примем за аксиому, что хамство не позволено никому.

В нашем рок-баре написано большими буквами: «Клиент не всегда прав». У нас строго запрещены хамство, агрессия и высокомерное отношение к персоналу. Гостей много, а сотрудников мало, и я ими дорожу. Да, они максимально будут избегать конфликта, но, если гость таки напросился, и заработал «штрафное» очко, вход в заведение ему будет закрыт.

Если вы приносите в жертву клиентам своих сотрудников, будьте готовы к текучке. Просто подумайте: кто будет обслуживать качественно и с удовольствием: загнанный, замученный и затюканный сотрудник или уважающий себя и других? По-моему, ответ очевиден.

Я – за культуру взаимного уважения. Мы растим и воспитываем ценные кадры не для того, чтобы ими разбрасываться. И это касается не только персонала, но и гостей. В «Нашем баре» принято подсаживать за стол разные компании. Люди знакомятся, создаётся общий душевный и творческий микроклимат. Мы также не даём зарядки для телефонов, потому что хотим, чтобы наши клиенты общались, а не висели в гаджетах.

Подведем итоги.

Бизнес и сервис – это не только про деньги. Это про любовь. Про умение управлять эмоциями, контролировать их, развивать в себе эмпатию, сопереживание, стараться понять и услышать другого человека, уважать его мнение и беречь его чувства. Думать не только о своей выгоде, но о том, чтобы принести пользу и создать что-то новое. Только по любви можно сделать что-то по-настоящему классное, такое, что ваши клиенты будут помнить всю свою жизнь и благодарить вас за это.





ТРОЕ ДЕТЕЙ, ТРИ БИЗНЕСА, ТРИ КОТА

Трое детей, три бизнеса, три кота

Мой будильник звонит в 7.30. Голова еще на подушке, а за руку уже тянет дочь, повелевая встать быстрее. Я открываю мессенджер, там 145 сообщений.

"Маша, в баре опять замерзла вода в трубах, отогреваем кипятком, не помогает. Меняем воду на водку у соседней в магазине».

«Развозки детей не будет, у водителя школьного автобуса закипел двигатель по дороге, привозите детей сами»

«Съемки переносятся на 9 утра, модели позже не могут... Кстати, какие платья им выбрать? Они в корсеты не влезают...»

Привет, новый день! Ты только начался, а уже полон сюрпризов!

В детской сыновья спорят, кто честнее играет в шахматы. Утренний блиц перед поездкой в школу - что может быть лучше для пробуждения мозгов и матери? Жаль, что мой мозг просыпается медленнее, чем тело. Утром я - Мюнхгаузен, который тащит себя за косичку из болота, особенно без привычного кофе, который пришлось отменить, потому что детей нужно везти самой. Едем через пробки и обсуждаем, что могут сделать три ребенка-остолопа, забывшие дома парадную форму для торжественной линейки. Дети, вы можете: а) одолжить кофту у здоровых одноклассников, которые не чешутся и не кашляют б) взять белые халаты у медсестры или скатерти в столовой и обернуться ими в) взять гуашь у учителя по рисованию и закрасить свою зеленую рубашку. У матери-траблшутера всегда найдется пара-тройка отличных советов, особенно, если она не жаждет возвращаться за формой домой, потому что через полчаса съемка, а она: а) не покрашена, б) так и не выпила кофе в) не накормила мужа и котов.

«Тот, кто не может понять свою кошку, не может понять вообще ничего».
Уинстон Черчилль

Кстати, вы замечали, что никто не умеет так пристально, укоризненно и презрительно смотреть, не вставая с пушистого пледа, как коты, не получившие вовремя свой завтрак?

«Чужая душа - потемки, а кошачья и подавно», - писал Антон Чехов в рассказе про неудачную дрессировку мышелова коллежским советником. Дрессировать надо себя, обучаясь у котов, детей и своего бизнеса. Они укажут в каком ритме, темпе, с каким настроением, усердием или пофигизмом относиться к жизни. Именно этим я и занимаюсь каждый день, с 7.30 утра. Кормлю мужа и котов, параллельно звоню помощнице, прошу ее подобрать платья на модели, третьей рукой варю кофе, четвертой - крашу ресницы без зеркала. Кофе любого тонущего Мюнхгаузена превратит в многорукого Шиву. А чтобы окончательно достичь мудрости и просветления, по дороге на работу слушаю аудиокнигу философа о мышлении и разуме. Если бы он еще подкинул идею, как поместить в корсет бального платья 42-го размера модель 46-го, и как спустить со второго этажа нового ресторана приглашенную на съемки пони, которая резво поднялась вверх, а вниз по лестнице идти не желает, цены б ему не было.

Вы знали, что пони умеют отлично подниматься по лестнице на второй этаж, а спускаться нет? А еще в самый ответственный момент съёмки пони могут покакать прямо на свежeweымытый пол.

Когда готовишь к открытию новый бомбический ресторан, пони, какающий в зале, оформленном под особняк 19 века - отличный шок-контент. Срочно выкладываю в личный блог вместе с моделями в париках и мушках. Интрига, театр, шоу, все, как я люблю! Чем более дурацкой кажется окружающим моя затея, тем скорее ее нужно воплотить в жизнь. Новогодний мюзикл в баре во время пандемии, когда все заведения под контролем? Да! Конкурс по поеданию живых опарышей? Ура! Берем! Караоке в париках и бальных платьях, татухи с нашим логотипом, пони в зале, мушка на щеке из настоящей мухи? Дайте два! Обожаю делать то, что никто до меня не делал, выходить за границы, ломать шаблоны. Окружающих это часто бесит, они пишут в соцсетях: «Фу! Как можно? Что это такое? Кошмар!», при этом усердно следят за контентом, комментят и не отписываются. Я это знаю, потому что лично веду все аккаунты своих заведений.

В 12.00 встречаю в аэропорту партнеров из Алматы, которые привезли элитный алкоголь для продажи в нашем English-пабе. Мне тоже дарят бутылочку. Только прослушанная в машине лекция о разуме и волевое сверхусилие удерживают меня от соблазна открыть ее тут же и закончить рабочий день. Стиснув зубы, прячу подарок в бардачок, а на переговорах смиренно грызу орешки. После переговоров - обед с подругами из Астаны. В столице они мерзнут и скучают, а здесь – теплая погода, теплые роллы, теплое общение и горячий марокканский чай. Полтора часа смеха и мои батарейки окончательно заряжены! Пора ехать на собрание в бар, обсуждать предстоящие ивенты. По дороге вновь слушаю любимые подкасты, кстати, отличная идея - записать серию своих, готова скрасить ваше стояние в пробках и отвлечь от суеты.

В баре узнаю, что часть проблем уже решили без меня: замерзшие трубы отогрели кипятком, натащили кучу ретро-вещиц для вечеринки в стиле «Коммуналка», сняли рекламные сторис для Инсты. Моя команда - огонь, мы на одной волне, им не надо объяснять, что делать, они сами накидают идей с горкой и дадут фору любым звездам шоу-бизнеса. Случалось так, что артисты срывали нам шоу, и мои официанты и бармены брали дело в свои руки: зажигали и танцевали так, что поднимали народ со стульев в считанные секунды. Они – участники всех наших шоу, любимые актеры и звезды Инстаграм. У них берут автографы и с ними фотографируются. Когда я в отъезде или открываю новое заведение, у меня не болит голова, что в баре или рекламном агентстве все рухнет. Мои бизнесы как дети: у них свои характеры, заботы, истерики и запросы, иногда я не успеваю их удовлетворять. Но есть мои люди, на которых я, как и мои коты на меня, всегда могу положиться, они не бросят, не оставят без еды и воды.

***«Когда все люди будут такими, как коты в два часа дня, мир достигнет совершенства»
Грегори Д. Робертс***

Из бара еду на 3 встречи, одну из которых переношу в парк, мне нужны свежий воздух и прогулка. 40 минут мы общаемся с человеком не в офисе, а на природе, и очень этим довольны. Я часто повожу встречи на природе, за городом, и даже на тренировках в фитнес-клубе. Полезно, не скучно и всегда благоприятно сказывается на исходе переговоров.

После переговоров еду на кофе-брейк, для обсуждения совместного проекта для предпринимателей Казахстана. Соглашаюсь на всё. Мне интересно, что я могу еще успевать, помимо ежедневных дел. После часового персонального тренинга выезжаем на объект, принимаю звонки, записываю на маркетинговый аудит еще 2 человек, фотографирую себя на фоне винтажной промышленной кофемашины и, наконец, выезжаю домой.

Дома меня ждут муж, дети и коты. Коты не переживают: будет работа или нет, чтобы не умереть с голоду, они спят 22 часа в сутки, а когда просыпаются, у них на лице написано: «Ну что, суетливая женщина, ты весь день где-то носилась и занималась ерундой, сделай хоть одно стоящее дело – покорми нас!». Будьте как котики, выдыхайте и не суетитесь. Выдыхаем, ужинаем всей семьей, параллельно обсуждая прошедший день и планы на завтрашний. Дети успевают подкинуть мне пару идей по гриму и меню для предстоящей вечеринки и садятся за уроки.

О, эти уроки! У вас они тоже съедают кучу времени? Купите большие песочные часы и поставьте на стол. Время пошло! Кто не успел, идет в школу с несделанным заданием, а за двойку лишается гаджетов на неделю. Работает отлично – проверено на себе!

Дети при деле, а я устремляюсь в спортзал. Зумба до седьмого пота и круговая тренировка на все группы мышц отключит меня от всех дел на 2 часа и перезарядит мои батарейки. Вечер я посвящаю себе и мужу. Контрастный душ, хороший фильм или книга, иногда просто валяемся и болтаем или вместе пишем песни, я – слова, он – музыку. А рядом, лениво поглядывая на нас, валяются мягкие котики.

«Коты – это ценнейший ресурс. Они уют вырабатывают».
Алексей Иванов

Наверное, для котиков мы – мультик «Мадагаскар», где все носятся, крутятся и тараторят со скоростью сто слов в минуту. А котики для нас – буддизм и дзен. Но мы необходимы друг другу. Перефразирую Чарльза Буковски: «Чем больше у тебя кошек, детей и работы, тем дольше ты живешь. Настанет день, когда сделают это открытие, и люди заведут себе по тысяче кошек, детей и бизнесов и будут жить вечно!»





PR как Божий дар

Что такое PR, чем он отличается от рекламы, можно ли продвигать себя и заниматься самопиаром без рекламного агентства и приглашенных специалистов?

А если можно, есть ли какие-то малозатратные способы? Об этом и многом другом мы однажды поговорили с Олесей Колесниченко – известным казахстанским PR-специалистом с 21-летним (на сегодняшний день) опытом работы, и автором двух книг "PR по-азиатски" и "Пресс-релиз от А до Я". Делюсь этим замечательным и содержательным интервью.

Чем, по-твоему, PR отличается от рекламы?

- PR – это долгосрочное выстраивание отношений между компанией или брендом, или между вами, как экспертом, со всеми внешними аудиториями. Это могут быть и журналисты, и блогеры, и правительство, и акимат, более того, даже ваша семья. Причем пиар в семье нужно выстраивать в первую очередь. Потому что, во-первых, ваши близкие должны понимать, чем вы занимаетесь, во-вторых, вы должны быть своего рода проповедником тех ценностей бренда, который является вашим работодателем. Вы должны быть послом, бренд-амбассадором сами. Причем, мы сейчас говорим не о третьих лицах, которых часто привлекают быть амбассадорами бренда.

Приведу очень простой пример: если вы работаете в Coca-Cola, то ни под каким предлогом ваша семья не должна пить Pepsi. Я сама на протяжении девяти лет работала с Coca-Cola, будучи в пиар-агентстве. И у компании настолько сильно выстроена любовь к бренду и коммуникация с партнерами, потребителями, подрядчиками, что я уже три года, как ушла из пиар-агентства, но до сих пор не позволяю ни своей семье, не своим друзьям пить другие «вражеские» напитки. Даже когда я работала в Huawei, и видела, что кто-то из коллег принес на обед не Coca-Cola, я всегда делала замечание.

Это тот самый случай, когда доходит до фанатизма?

- Думаю, нет. Нужно отличать фанатизм и преданность. Объясню тонкую грань между лояльностью и преданностью. Лояльность – это когда вы принимаете, что человек, помимо конфет «Мишка на Севере» может есть и «Мерси». А вот преданность – это когда вы своим друзьям на Новый год не позволяете покупать что-то, кроме Coca-Cola, даже уже не работая с компанией. И это во многом возможно благодаря тому, что компания умеет выстраивать отношения.

Это и не фанатизм, и не зависимость. Это, действительно, любовь. Важно, когда ты занимаешься пиаром, исключать фальшь и неискренность. И браться только за то, что тебе близко, за то, что ты проповедуешь.

- Да, я абсолютно разделяю эту позицию. Ты хорошо сегодня сказала: реклама – это за деньги, а пиар – по любви. Это так. Нужно любить тот продукт, или хотя бы пользоваться тем продуктом, производитель которого является вашим работодателем. И ни в коем случае не быть специалистом с 9.00 до 18.00. Т.е. если вы думаете, что на работу вы приходите только для того, чтобы заработать деньги, у вас не получится быть пиарщиком. Например, если вы работаете в Samsung и пользуетесь этой техникой только с 9.00 до 18.00, а домой приходите и открываете компьютер фирмы Asus, то, конечно, ни о какой лояльности с вашей стороны к бренду речи не идет. Это и лояльность, и преданность, и нужно захотеть. Не «надо, должен, положено», а именно желание изнутри. Потому что, когда вы что-то делаете только потому, что вам платят, я считаю, это рабство в каком-то смысле. Конечно, это рабство за деньги. Но это не пиар.

Смотри, пока ты сам не начнешь пользоваться этим продуктом, ты не сможешь донести все его прелести до общественности. И ты не сможешь раскрыть все уникальные торговые предложения, все нюансы, через которые нам остается вызывать доверие.

- Конечно. То есть, если вы сами не пользуетесь этой продукцией, то как вы можете рассказать, к примеру, как работает искусственный интеллект в смартфоне, или что батарейка на самом деле работает четыре дня от одного заряда. Если вы не верите в эту продукцию сами, то вам не будет верить и общественность. Вам стоит хотя бы не быть антагонистами по отношению к бренду и продукции компании. А у нас очень часто бывает так: ага, зарплату хорошую поставили, и дальше человеку все равно. Он отработал, как говорится, от звонка до звонка, а как там и что с его брендом дальше после 18.00, это его уже не волнует.

Какими еще качествами должен обладать человек, который занимается пиаром? Помимо сопричастности и лояльности?

- Преданность. Вера в продукт, услугу и, самое главное, в то, что вы делаете. И абсолютная честность и искренность. Ни в коем случае не вздумайте врать своим потребителям, журналистам, партнерам. Особенно в Казахстане, где маленький рынок и все друг друга знают.

Понятное дело, бывают случаи, когда у компании есть statement, то есть, ее официальная позиция. И от нее нельзя ни на шаг отходить, ее нужно транслировать общественности. И пиарщик – он пиарщик не только с 9.00 до 18.00, он пиарщик с родными, близкими, соседями, друзьями, в любое время суток, в любом состоянии.

Еще очень важно не отзываться плохо о других: конкурентах, коллегам, компаниях на рынке, бывших работодателях. Потому что сегодня он ваш конкурент, а завтра вы у него работаете.

Есть такая пословица: выделяя себя, не зачеркни другого. Если ты хочешь быть выше других, будь таким на деле. Поступками, товаром влюбляй в себя потребителей. И дальше включится сарафанное радио.

Кстати, поговорим о черном пиаре. Это своеобразный лифт, который тебе помогает быстрее ступенек подняться до верхних этажей. Но как ты сама к нему относишься? В каких случаях он нужен? Или не нужен совсем?

- Если опять вспомнить про такие качества пиарщика как порядочность, вкуче с лояльностью, преданностью, искренностью и т.д., то можно сказать, что мы играем на таком поле, в котором самые лучшие человеческие качества выступают в авангарде. Иначе тебе просто не будут верить. И к черному пиару я отношусь достаточно негативно. Потому что свою репутацию ты выстраиваешь всю жизнь. Хрестоматийный пример: если ты продаешь гнилую картошку по цене свежей, то ее у тебя купят ровно один раз, а дальше не придут, и включится то самое сарафанное радио, только в негативном ключе.

Ты привела пример фильма, который можно посмотреть, чтобы вдохновиться. Этим фильмом стала «Телефонная будка», но с пометкой «как не надо делать». Это фильм о черном пиаре, я так понимаю?

- Не совсем. Нужно понимать, что это фильм 2003 года, я тогда училась на первом курсе института. Мы в кинотеатре с подругой посмотрели его, после чего она меня спросила: «Ты вот этим хочешь заниматься»? Я ответила: «Я хочу заниматься этим, но не так». Чтобы не раскрывать всех карт и вам было интересно его посмотреть, отмечу, что там из-за того, что главный герой себя неправильно вел, а он был публицистом и рекламным агентом, его жизнь оказалась под угрозой. Поэтому стоит посмотреть, чтобы понять, каким не надо быть, чтобы не оказаться в подобной ситуации.

А как ты выбрала свою профессию? Что тебя манило, что нравилось?

- Я всегда достаточно хорошо писала. И изначально хотела быть переводчиком с английского языка. Но моя учительница по русскому языку и литературе сказала, что на последовательных переводах много не заработаешь, а на синхронных будешь быстро уставать и страдать от головной боли. Потом я захотела стать журналистом. Но у наших знакомых дочь была журналистом, они ездили в горячие точки, снимали природные катастрофы и т.д. И поскольку я в семье одна, то мои близкие отговорили.

Ты по натуре не авантюрист?

- Не особо. Мне в профессии хватает экшна, адреналина, ивентов, встреч, кризисных ситуаций, общения, впечатлений и т.д. Я пошла в университет, узнавать, какие есть специальности на рынке. И пиар был новой профессией. К слову, нас три выпуска всего в Казахстане, у которых в дипломах написано «Специалист по связям с общественностью». Т.е. я специалист, а не бакалавр, и в дипломе у меня «связи с общественностью», а не журналистика. Потому что потом специальность сначала закрыли, а позже восстановили, но сделали частью журналистики. И я шла с убеждением, что я все равно не буду работать по специальности. На вопрос родителей: а зачем ты тогда идешь на нее, я ответила: просто интересно. Результат – в следующем году я буду справлять свое 18-летие в профессии. И в итоге мне помогли и знание иностранных языков, и умение писать.

В связях с общественностью основной навык – это коммуникации. Что ты можешь посоветовать начинающим специалистам или человеку, который хочет себя продвигать? Видео, спикеров, школу, литературу?

- В каких-то моментах это должно быть призвание. Т.е., если вы не помогаете людям улыбаться, то вы не станете клоуном. Все навыки выступлений, речи, организаторские способности выстроились с опытом. Я не проходила ни курсов по актерскому или ораторскому мастерству, никто голос и речь мне не ставил. Но до сих пор, даже сейчас, я готовлюсь ко всем своим выступлениям, ведению пресс-конференций, приветственным словам, прямым эфирам и т.д. То есть, я прописываю тезисы своего выступления, репетирую свою речь перед зеркалом, прошу друзей мне позвонить и задавать вопросы, чтобы более уверенно держаться, мысленно проигрываю диалоги, возможные неудобные или неприятные вопросы и т.д. Это бесконечные репетиции и подготовка, ведь ситуации разные бывают. У меня был случай, когда пришел на пресс-конференцию только один журналист, и то лишь потому, что был в отпуске. А у меня спикеров в президиуме больше, чем людей в зале.

А ты была организатором или спикером?

- Я была организатором. И представьте: за эту пресс-конференцию, на которую клиент выделил деньги, я полетела в Астану, и мне нужно было перед ним отчитываться.

А с чем это было связано? Почему журналисты не собрались?

- Мое упущение было в том, что я заранее не проверила информационное поле, то есть, не почитала новости. Честно – не знаю, почему я этого тогда не сделала. Мероприятие само отменили, потому что был мороз -45, а оно должно было быть на открытом воздухе, и мы решили хотя бы пресс-конференцией в тот день ограничиться.

Есть задача, надо решать...

- Да, билеты уже на руках. И так вышло, что был другой, более значимый и важный инфоповод параллельно, и все журналисты ушли туда. В тот момент, прокручивая всю ситуацию, я пыталась не зарыдать. Нужно срочно выходить из сложившейся ситуации, а еще у тебя 4-5 спортсменов в спикерах, потому что мы проводили спортивное мероприятие, а спортсмены в принципе слезы не приемлют. Сказать, что мне было тогда очень плохо, это ни о чем не сказать, конечно.

А как ты из этого выкрутилась? И что нужно предусмотреть, чтобы не повторить этой ошибки?

- Я советую мониторить постоянно информационную ленту. Проверять, какие события запланированы еще. Даже если вы не пиарщик, а просто планируете провести какое-то событие для СМИ и блогеров, у вас должна быть открыта лента новостей постоянно.

То есть, на эту дату не должно быть ничего глобального и важного?

- Да, именно так. Если в стране какое-то послание, обращение, онлайн-брифинг министра, выступление президента, то свое событие нужно перенести с этого времени или даже запланировать на другой день. Чтобы другие мероприятия и ваше не накладывались друг на друга. Иначе, если другой информационный повод более значимый по важности, чем ваш, есть риск не собрать журналистов. Например, открытие кафе будет по значимости ниже, чем брифинг министра.

А если уже сложилось, как у тебя. Как ты вышла из этой ситуации?

- Так получилось, что клиент сам не мог приехать, и делегировал представителю агентства, т.е. мне, проводить пресс-конференцию. Спасибо большое Федерации футбола Казахстана, которая научила меня такому подходу: матч состоится в любую погоду. И это меня много раз выручало. В тот день мы, конечно, для этого одного журналиста провели пресс-конференцию так, словно у меня был полный зал гостей. Т.е. отыграли весь сценарий.

Позже мы выслали пресс-релиз журналистам, которые не пришли, фотографии с места событий, и закрыли вопрос по публикациям где-то в течение недели. Клиенту, конечно, пришлось заранее все объяснить, предупредить о рисках и предложить действенное решение. То есть, важно, во-первых, писать материалы, как будто вы сами журналист и находитесь на месте событий. А во-вторых, не оправдываться перед клиентом, а предупредить его заблаговременно, чтобы не ставить потом перед фактом, и это не было для него неожиданностью.

Вся наша жизнь – это кризисы, которые нужно преодолевать.

- Да, если у вас ивент, запаситесь дополнительными микрофонами, канцтоварами, залейте бензин и т.д. У вас должны быть номера телефонов всех ответственных сотрудников, коллег, клиента, подрядчиков, а также (на всякий случай) их родственников и домашних. Предусмотрите все, насколько это возможно. И все равно будьте готовы к тому, что что-то может пойти не так. Никто от этого не застрахован. Не нужно паниковать. Все разборы полетов можно сделать потом, после мероприятия. Когда форс-мажор случился, нужно его решить очень быстро. Особенно, когда у вас команда. Важно не только сохранять свое лицо, стальные нервы и непоколебимое спокойствие, их (коллег, подчиненных) нужно еще и вдохновлять, показывать, что вы – лидер. И со всем справиться можно. Было всякое – люди с площадки уходили.

Я советую две книги: Александр Шумович «Великолепные мероприятия», Наталия Франкель, Дмитрий Румянцев «Event-маркетинг: все об организации и продвижении событий». Начните с первой, где автор делится, как сделать рассадку, если у вас один вход и длинный ряд, также пишет о том, что своим сотрудникам после большого ивента нужно дать две недели просто ничего не делать, ибо они находились в стрессе, написать письма после ивента подрядчикам с благодарностью и т.д. Франкель и Румянцев пишут о бюджетировании: как настроить таргетированную рекламу, провести онлайн-ивент и много других практических и полезных вещей.

Пиар-агентство и ивент-агентство – это разные организации. Или пиарщик может быть ивентщиком?

- Пиар-агентство ивентщиков не нанимает, когда нужно провести пресс-конференцию или пресс-тур, скажем. Т.е. пиарщик – он и организатор, и ивентчик, и идеолог. Такой универсальный солдат в каких-то ситуациях. Ивент-агентство может организовать логистику, оборудование, но вряд ли оно сможет подобрать подходящего спикера для журналиста, перевести его, если он англоговорящий, а еще обеспечить нужными фото- и видеоматериалами из пресс-тура, чтобы они подходили, скажем, для телевизионной картинке. Кроме того, пиарщик на момент пресс-тура становится не просто приглашающей стороной, а почти родственником. Поскольку он знает, что по программе, где нужно поработать, где отдохнуть, и в какое время предусмотреть развлекательную программу и свободное время. Так хорошо, как пиарщик, ивент-агентство не знает всех тонкостей и нюансов работы с журналистами. Не сможет выстроить с ними отношения.

Один из моих иностранных руководителей однажды сказал, что отношения отношениями, а бизнес – бизнесом. Иностранцы эти понятия разделяют. У нас в Казахстане, наоборот, сначала нужно выстроить отношения, а потом бизнес. Не смешивать, но понимать, что одно без другого не получится. И не только в Казахстане, во всех странах центральноазиатского региона отношения очень важны.

Еще очень важно понимать, что, помимо выстраивания отношений, вы можете быть палочкой-выручалочкой для журналиста. Иногда не о чем писать, или нужно взять срочно какой-то комментарий. СМИ будут обращаться не просто к тому, кого знают, а с кем установлены открытые, доверительные отношения.

Как можно самому обеспечивать себе выход на рынок? Один из советов – нужно не стесняться стучаться к журналистам, блогерам, знакомиться. Предлагать им сначала что-то свое, а потом произойдет магия. Например, предоставить и подарить какую-то иллюстрацию. Т.е. попробовать взаимобмен. Но первый шаг всегда люди боятся сделать. Ты можешь что-то посоветовать для самозанятых, МСБ?

- Первый момент – кто и как о вас узнает, если вы сами о себе не говорите? И второй – если вы не будете рассказывать свою историю, ее за вас расскажут другие. И вовсе не такую, какой она является на самом деле. Поэтому нужно не бояться и выходить из сумрака.

Как говорит в своей книге М. Умаров – рекламное сообщение касается потребителя каждый день в количестве пяти тысяч раз. Инстаграм, фейсбук, тикток, ютуб, лента новостей, газеты, журналы, родственники, соседи. То есть, большой поток информации, и нужно как-то выделиться. Но нужно это делать грамотно.

Для этого, в первую очередь, у вас должен быть качественный продукт сам по себе. На примере иллюстрации – она должна быть у вас, действительно, «вау». Может, конечно, не уровня Артемия Лебедева, но соответствовать иллюстрациям нашего соотечественника Мурата Дильманова. Во вторую очередь, интересное СМИ и информационный повод. Если вы придумали какую-то уникальную технологию, то на это могут обратить внимание. А если вы 10 кг овощей у себя на огороде собрали, то вряд ли. Новость должна быть интересна, прежде всего, изданию, не только вам. Для этого также нужно изучать, какое СМИ на какие темы пишет.

И важно принимать, что вам могут отказать. Никто никому ничего не должен. Это нормально. Может быть, сам журналист и рад вас поддержать, но есть политика редакции или более важный, актуальный информационный повод. А может так сложиться, что издание или блогер вас не знают. А у него 300 пресс-релизов и 500 сообщений в What'sApp. Поэтому относитесь с уважением и с заботой к журналистам. Не пытайтесь им что-то навязать. Пробуйте. Один, два, три раза – и потом даже ресурс впоследствии может сам к вам обратиться, по своей собственной инициативе. Важно также поддерживать отношения с журналистами. Т.е. не просто потребительски подходить, приглашать их только на пресс-конференции или обращаться, когда нужно опубликовать статью. Совместное чаепитие, походы в горы, посещение мероприятий, поздравление с днем рождения и профессиональными праздниками - все это способствует тому, чтобы помочь СМИ запомнить вас. А может, и приобрести нового друга.

А что ты можешь посоветовать тем, кто только начинает свой путь в коммуникациях? Ведь ведение коммуникаций – целое искусство. Как можно прокачать свои навыки именно в коммуникациях? Может, одну книгу, которая будет полезной, чтобы узнать, как выстраивать отношения?

- В принципе нужно читать. Одна из книг: «Новые правила деловой переписки» Ильяхова и Сарычева. Они обращают внимание на то, как писать письма с заботой. Я не могу сказать, что это бриллиант. Бриллиант для меня, конечно, Дейл Карнеги, который учит общаться: сначала спросить, как дела у собеседника, а потом только говорить о себе, научиться слушать и слышать и т.д.

Я знаю, что ты работаешь со студентами. Тебе нравится?

- Конечно, мне хочется им дать то, что не давали в университете мне. Кроме того, мне нравится, как у них горят глаза – у них еще нет профессиональной деформации. Когда ты понимаешь, что тебе есть, чем поделиться – это ни с чем не сравнимое ощущение. Я в принципе всем советую искать возможности самообразования, не стоять на месте, развиваться, учиться и пробовать новое.



МИСТЕР ЛАД, СТЕПАНИДА ЛЕОПОЛЬДОВНА И ОГНЕННЫЙ МЕЧ КАК НЕОБЫЧНЫЕ ОБРАЗЫ ПОМОГАЮТ В РЕКЛАМЕ

**Мистер Лад, Степанида Леопольдовна и огненный меч.
Как необычные образы помогают в рекламе.**

Как выделить ваш бизнес из массы других и оставить зарубки в памяти клиента?

В этом хорошо помогают яркие, запоминающиеся персонажи. Они могут стать символом вашего бизнеса, его лицом. Как, например, Санта Клаус в рекламной компании Кока-Колы. Или мистер Проппер, который прочно связан в нашем сознании с чистотой в доме. Или какая-нибудь бабушка Агафья, которую используют в рекламе народных средств. Таких примеров можно привести очень много, но я хочу рассказать о тех, которые мы сами придумали и внедрили для рекламных кампаний.

Первая из этих рекламных акций была очень масштабной и длительной. Мы проводили ее для шымкентской сети кондитерских, в которую входят кулинарные магазины, закусочные и ресторан. Нам требовался персонаж, который олицетворял собой мир благоденствия, изобилия, богатого дастархана. При этом в историю хотелось добавить немного сказочности и волшебства. Так родился мистер Лад - нарядный сказочный эльф, в зеленом эльфийском костюме, с ярко-рыжей бородой и шляпой, украшенной разными плюшками и пирожными. По нашей задумке мистер Лад должен был развозить еду на красивом фургончике. Мы сочинили песню и сняли минутный рекламный ролик, в котором рекламировали эту сказочную доставку.

В чем были плюсы образа? В том, что он был яркий, запоминающийся. Мистер Лад не просто доставлял в каждый дом еду, он приносил с собой праздник, радость, удовольствие, волшебство. Обычная доставка превращалась в мини-спектакль. Мы также активно использовали мистера Лада в уличных акциях. Прохожие, особенно дети, очень позитивно реагировали на его появление, охотно с ним фотографировались, и постили фото и видео в Инстаграм. Так, мистер Лад пошел «в народ» практически без нашего участия и стал персонажем, с которым ассоциировались «Ладушки».

Параллельно мы создавали образ для хозяйки бизнеса. Продолжая сказочную тему, мы придумали ей образ волшебницы-травницы в цветочном венке, собирательницы, которая постоянно что-то пробует, смешивает, «колдует» над рецептами новых, необычных блюд и создает шедевры. Мы сделали фотосессию в лесу, среди красивых пейзажей, чтобы подчеркнуть тему экологичности, природности, натуральности и свежести еды, которую готовят в «Ладушках», и создать ощущение чуда. Мы ведь все любим старинные «бабушкины» рецепты, маленькие хитрости, секретные ингредиенты, которые делают наши фирменные блюда особенными. Вот и образ хозяйки кулинарной «страны» дарил как раз такие ассоциации с волшебством и таинством приготовления пищи.

Далее эту тему мы продолжили, создав для новогодней и рождественской акции в «Ладушках» целый пряничный чудо-городок с расписными домиками, дорожками, человечками, деревьями, цветами. В это сказочной мини-стране у нас даже ездил игрушечный поезд! Экспозиция пользовалась огромной популярностью у посетителей, дети были от нее просто в восторге.

Как видите, сказочная, фэнтезийная тема весьма благодатна и позволяет создавать красочные образы для рекламы и продвижения бизнеса, особенно, если он связан с едой, напитками или развлечениями. В каждом из нас сильна вера в чудо и такие образы радуют и удивляют и детей, и взрослых.

Еще один образ, который я очень люблю, создавался для заставки к моей программе «Со-Ратники». Программа посвящена трудностям бизнеса, стартапам и тому, как мы, вместе с владельцами бизнеса, эти трудности побеждаем. Нужно было подчеркнуть бесстрашие, решительность, боевой настрой человека, вступающего на тропу бизнеса. И здесь очень пригодился образ воительницы. В моем костюме легко проследить отсылки к одежде индейцев и их боевой раскраске, ну и без фэнтэзи опять же не обошлось. Моя героиня вступает в открытую схватку с врагом в темной пещере, в руках у нее огненный меч. Она побеждает страх и сомнения. Образ получился очень сильный и экспрессивный, что и требовалось. Ведь речь в программе – о решении проблем, о нестандартных подходах, о смелости идти туда, где страшно и непонятно, зато интересно. Мне кажется, нам удалось это показать.

Третий персонаж, которым я тоже очень горжусь, был создан нами в процессе разработки стартапа – нового магазина алкогольной продукции «ГлавБух». Там мы продумывали все: от названия магазина до рекламной кампании, символом которой стал Главбух главбухов – Степанида Леопольдовна. Парик, яркий макияж, платье с люрексом в обтяжку – и до боли знакомый каждому образ разбитной, кокетливой, харизматичной бухгалтерши, которая и гуляет, и работает от души, на всю катушку, был готов. Слава богу, владелец магазина оказался человеком веселым и артистичным, и легко согласился на эту авантюру. Мы сняли несколько роликов со Степанидой для Инстаграм, и они собирали по несколько тысяч просмотров. Юмор и ирония – отличные инструменты для раскрутки. Берите на заметку, пробуйте и пусть результаты вас порадуют!



5:37



НЕЕСТЕСТВЕННЫЙ ОТБОР

как нанять на работу креативных сотрудников

Неестественный отбор: как нанять на работу креативных сотрудников

Люди стали ленивы. Они не читают длинные тексты, пишут «спс» вместо «спасибо», выражают эмоции смайликами и строго следуют «правилу трех кликов».

Не знаете, что за правило? Погуглите. Лень погуглить? Тогда вам точно не устроиться ко мне на работу. Потому что больше всего я не люблю ленивых и безынициативных, а изобретательных и легких на подъем, наоборот, ценю и уважаю. В этой статье расскажу о своей «воронке отбора». Читать рекомендуется до конца, мотать на ус – приветствуется, лайки принимаются с благодарностью.

«Правило трех кликов» и американские гринкарт – это тоже своего рода воронка и проверка на прочность. Если среди вас есть те, кто хоть раз заполнял все эти анкеты на переезд в США, вы понимаете, о чем речь. Процент выигравших минимальный. Большинство отсеивается во время подачи документов. Например, там есть определенные требования к фотографии. Мы привыкли, что для документов просят стандартную фотографию 3*4, на белом фоне. А для анкеты на гринкарт размеры фото могут быть, условно, 2,97*3,86. Так вот большинство людей не заморачиваются и их не соблюдают. Машут рукой и говорят: «Ой, да пофиг, сделаю 3*4, как будто они там будут по линейке фото вымерять». И на этом пункте отсеиваются. Согласитесь, грамотно придумано, чтобы сразу «слить» сразу ленивых и непонимающих. Я хоть и не американка, но для найма сотрудников тоже нашла уникальную стратегию.

Что самое главное в бизнесе? Это люди. Кадры, как говорил товарищ Сталин, решают все. Успех, не гарантированно, но в 80% случаев достигается с помощью команды. За счет людей, которым ты даешь определенные задачи. И от того, как они будут их исполнять, зависит конечный результат. Поэтому важно организовать так называемую «воронку отбора». Как это происходит? Ты даешь объявление о найме, и на собеседование приходят, допустим, 50 человек. И ты с каждым должен поговорить, ответить на его вопросы, дать ему тестовое задание. Все ведь приходят с «самыми лучшими» характеристиками и компетенциями. А так ли это на самом деле и предстоит проверить.

Раньше, когда у меня штат был 15 человек, я лично встречалась с каждым. Рассматривала резюме, приглашала в офис, беседовала, потом человек проходил стажировку. Сейчас количество проектов выросло, у меня работает более ста человек, и мне просто физически некогда лично встречаться с каждым претендентом. Моя задача состоит в создании оффлайн и онлайн-контента. Кто мне нужен? Естественно, хороший, грамотный дизайнер, которому я могу доверить это важное дело. Расскажу, как я искала дизайнера в свое рекламное агентство «Буквадел», где основная работа связана с фасадами, вывесками, оформлением входной группы и т.д.

Начинается все, как обычно: с подачи объявления на сайте Headhunter или в соцсетях. Но, когда на него откликаются претенденты, я сразу создаю «воронку», и даю им дурацкое, нелепое и смешное задание, которое необходимо выполнить в ограниченные сроки (условно: до понедельника). Почему ограниченные? Потому что жизнь не дает нам второго шанса или безграничных сроков, в рекламе всегда «подгорает», все надо срочно «сделать еще вчера». Откликнувшись на вакансию дизайнером я поручила найти в городе самое черное здание (у нас в Шымкенте почти нет черных зданий, но исполнитель должен максимально приблизиться к выполнению ТЗ), сфотографировать его в красивом ракурсе, придумать вывеску, нарисовать ее эскиз на фото и отправить на указанный мной электронный адрес в 5.37 утра. Именно в это время, ни минутой раньше, ни минутой позже. При этом претенденты не в курсе, что адрес фейковый. Естественно, из 50 кандидатов, которые хотят получать приличную зарплату, больше половины говорят: «Вот еще! Тащиться куда-то, искать какое-то здание, что-то придумывать, рисовать...». Дергают эскиз из Интернета, отправляют на

несуществующий адрес, не получают ответа или получают ответ, что такого адреса нет, машут рукой и даже не перезванивают, чтобы услышать обратную связь: понравилось – не понравилось, дошло – не дошло. На этом этапе многие отсеиваются. И только тому, кто в 5.37 утра звонит мне, дико извиняется за ранний звонок, и, волнуясь и недоумевая, говорит: «Я все сделал, но не могу вам отправить эскиз на почту, она не работает, может, есть другая?», только этому человеку я скажу: «Приходи завтра». Из 50 человек я приму только его, и с ним поговорю. Ни один из них не дойдет до нужного мне результата, все сольются на разных стадиях процесса. А этот дойдет.

Мне очень сложно набирать персонал, потому что город маленький и все уже знают, какая я ненормальная. Причем не только на этапе отбора, со мной и потом непросто. Мне постоянно что-то не нравится, я многого хочу и требую. Люди говорят: ой, опять там Брезинская кого-то набирает, нафиг надо с ней связываться? Притягиваются только такие же крейзанутые, усердные и амбициозные. Бездельники точно не притянутся. Ко мне даже, чтобы на собеседование попасть, надо заморочиться. Зато вам никогда не будет скучно. Уж я об этом позабочусь!





Шок-контент и его значение для бизнеса

В наше время удивить клиентов очень сложно. Поэтому многие бизнесмены идут на крайние меры, чтобы привлечь к себе внимание. Скандальные заголовки, провокационные видео, запретные темы... В борьбе за внимание клиента все средства хороши.

Расскажу, как это делаем мы. Сразу оговорюсь, у нашего контента в соцсетях очень много противников. Нас часто критикуют за наши выходы. Но мы действуем по принципу: «Собака лает, караван идет». Мы не боимся делать что-то из ряда вон выходящее, выходить за рамки, потому что только так можно создать что-то стоящее, интересное и сногшибательное.

Однажды мы с мужем решили открыть рок-бар. Нам очень хотелось, чтобы разные творческие люди из нашего города имели место, где можно всячески отрываться и самовыражаться. Мы выкупили две квартиры на первом этаже и сделали бар в стиле «стимпанк». Из чего мы делали оформление – отдельная история. Гости несли нам барабаны от стиральных машинок, старые музыкальные инструменты, гаечные ключи и байкерские шлемы, джинсы и кожаные куртки. Все эти старые вещи превратились в наше эксклюзивное оформление. Могу уверенно сказать, что такого больше нет ни у кого. Увы, жильцам дома наше шумное соседство не понравилось, поэтому пришлось переехать в новое, отдельное помещение. И уже там мы развернулись на полную катушку.

С тех пор прошло уже шесть лет. Все это время, каждый день, каждый сезон, каждый год мы придумываем что-то новое, необычное, неизбитое, чтобы радовать и удивлять наших гостей. Как нам это удастся? Благодаря единомышленникам. Я всегда говорю: оглянитесь. Вокруг вас очень много людей, с которыми вы - на одной волне. И они с радостью помогут вам сделать что-то суперинтересное.

В нашем баре вся команда, как и мы, любит рок-музыку и полный отрыв. Они - за любой экшн. Танцевать, петь, сниматься в роликах, устраивать флешмобы? Легко! У них берут автографы, с ними фотографируются. То же самое касается гостей. Мы – одно большое комьюнити, в котором каждый человек важен, интересен и может стать звездой вечера.

Вместе с командой и гостями каждый год на Хэллоуин мы делаем шоу по сценариям разных триллеров и отрываемся на всю катушку: шьем костюмы, сочиняем сценарии, готовим фотозоны, продумываем спецменю и видео для лед-дисплеев. Каждый уголок нашего бара, каждый гость и сотрудник – это часть шоу. Танцуют все!

Наши вечеринки всегда на грани фола. В шоу «От заката до рассвета» танцовщица с питоном на шее точь-в-точь как в фильме танцевала на столах, прямо среди тарелок. Да, в общепите так не принято, но мы любим нарушать правила. Я не призываю к этому вас, если вы не готовы. Но иногда людей надо шокировать, чтобы вас запомнили и надолго. Не бойтесь удивлять!

Шоу «Апокалипсис». В адском котле дымится пунш, на десерт - окровавленные глазные яблоки, гости фотографируются с настоящим, огромным, волосатым пауком-птицеедом. Уходя, они говорят: мы будто попали в крутой фильм! И они правы, потому что после каждого праздника в соцсетях выходит видеOVERсия. Снимайте ролики для соцсетей, смешные, короткие, яркие. Они собирают сотни тысяч просмотров, ими делятся, их лайкают, вас узнают. Так работает сарафанное радио, а оно – самое главное!

Однажды с помощью шоу мы победили пандемию. В конце декабря 2020 года, в самый разгар запретов, мы сняли мюзикл «Салют мечты». Его главными героями стали сотрудники нашего бара. Кто-то из них мечтал исполнить свою песню, кто-то написать сценарий, кто-то играть на сцене. И они все осуществили свои мечты, в то время, когда другие люди сидели по домам.

Шок-контент – вещь очень спорная, но крайне интересная. Кто-то будет вас за нее обожать, а кто-то ненавидеть, но равнодушным не останется никто. В прошлом году мы запустили проект «Слабо за бабло». В нем самые отчаянные гости делают всякие гадкие вещи из ряда вон: едят живых опарышей, пьют непонятную жижу, бреются налысо, набивают татухи с нашим логотипом, в общем, зарабатывают как умеют)

Кстати, насчет татух. Офигенная маркетинговая штука! Очень советую. Многие наши гости имеют этот знак на своем теле и за это у них - пожизненная скидка в нашем баре. Вывод: шок-контент и постоянное шоу важно и необходимо для любого бизнеса. Даже, если это строительство или крупное производство. Вспомните рекламу грузовиков с Жан-Клодом Ван Даммом. Или рекламу новозеландских авиалиний, снятую в духе «Властелина колец». Такое не забывается.

Конкуренты будут писать одно и то же: наша продукция качественная, гарантия 10 лет. На этом сером и скучном фоне вы, с необычным рекламным роликом, уличным перформансом, шоу или креативной презентацией заработаете не только больше внимания и авторитета, но и денег для своего бизнеса.

Используйте в рекламной кампании юмор, секс, шок, страх, изумление, опасность, все, что цепляет людей за живое. И тогда они будут ждать: что еще вытворят эти люди, чем они еще удивят. А если ваш бизнес связан с развлечениями, едой и прочими удовольствиями, то вам сам бог велел постоянно изобретать что-то новенькое 24 на 7.

