



Zakroyshik,

ТОТ, КТО СОЗДАЕТ

РЕЗУЛЬТАТ

О чем эта книга? Это сборник знаний о том, как добиваться результатов в бизнесе, и одновременно обобщенный опыт за пять лет по подготовке наших специалистов консалтинговой компании Европейская адвокатура. Название книги «Закройщик, тот, кто создает результат» - это название скорее сленговое, распространенное внутри холдинга. Так называют человека, который создает ситуацию. Это человек, который способен искусственно, по собственной воле создавать ситуацию, при которой наиболее вероятен конечный результат, самостоятельно формировать свою собственную картину мира. Это человек с циркулем, линейкой и ручкой, способный перекроить любую ситуацию под необходимую на данный момент времени. С первой по последнюю главу мы ведем читателя по тем навыкам, которыми, в принципе, необходимо обладать любому деловому человеку на сегодняшний день, для того чтобы успешно справиться со своими бизнес-задачами, стоящими перед ним.

Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.

Оглавление

Введение.....	6
Глава 1. Стратегическое консультирование.....	8
Глава 2. Бизнес-компас.....	19
Глава 3. Корабельные дела.....	29
Как заработать с помощью визитки.....	31
Глава 4. Живая обойма.....	35
Программа «Стоп-кадр».....	36
Программа «Бизнес-стоп».....	36
Программа «СКС: стоп корпоративный спор».....	36
Программа «Карьера плюс».....	37

	3	
Понятие «живая обой- ма».....	37	
Направления «девятки».....	39	
Немного о «Компасе».....	42	
Рентген.....	44	
Первая часть «Рентгена» - профиль должно- сти.....	44	
Вторая часть «Рентгена» - вопросник и проективное интер- вью.....	49	
Третья часть «Рентгена» - определение психологически- функциональных характеристик человека для создания ему наи- более комфортных условий тру- да.....	50	
Где найти кадры.....	52	
Глава 5. К чему приводит наша самоуверенность на рын- ке.....	55	
В чем разница между американской компанией «Intway» и «Обоймой».....	62	
Глава 6. Как создается результат.....	74	
Принципиальные приемы.....	75	
Пересмотр образа жизни (программирование моз- га).....	84	
Как мы готовим наших сотрудников.....	95	
Как завязать контакт с клиентом.....	112	
Снова «Компас».....	114	
Принципы в жизни профессионального консультан- та.....	116	
Глава 7. Работа над ошибками.....	120	
У человека существует три порока в бизне- се.....	122	
Как выглядит задача первой категории сложно- сти.....	134	
Глава 8. Ступени к достижениям.....	138	
Почему одни люди, делая то же самое, что и другие получают результат, а другие нет.....	152	
Лидерство или как вести за собой огромные массы лю- дей.....	160	

	4
Глава 9. Лидерст- во.....	181
Инструменты лидерства.....	182
Руководство на основе создания ситуации, усло- вий.....	183
Квалификация.....	185
Подготовка людей, как основа продвижения по служ- бе.....	187
Глава 10. Как готовить менеджера к разговору с клиен- том.....	191
Глава 11. Завтрак с «Моторной» целью.....	200
Презентация «Компаса».....	202
Доктрина «Моторной» цели.....	204
Коридорные цели.....	207
«Мост».....	209
Глава 12. «Мосты».....	214
Винь Чунь.....	214
Что мы можем использовать в качестве «мос- та»?.....	218
Два вида «мостов», работающие на Вас круглые су- тки.....	228
Ахиллесов коридор.....	237
Вот, что Вы обязательно должны делать в ходе разговора, все остальное можете делать, как Вам захочет- ся.....	238
Работа в Симферополе.....	243
Заключение.....	266

Введение

О чем эта книга? Это сборник знаний о том, как доби- ваться результатов в бизнесе, и одновременно обобщенный опыт за пять лет по подготовке наших специалистов консалтинговой компании Европейская адвокатура. Название книги «Закройщик, тот, кто создает результат» - это название скорее сленговое, рас- пространенное внутри холдинга. Так называют человека, кото- рый создает ситуацию. Это человек, который способен искусст-

венно, по собственной воле создавать ситуацию, при которой наиболее вероятен конечный результат, самостоятельно формировать свою собственную картину мира. Это человек с циркулем, линейкой и ручкой, способный перекроить любую ситуацию под необходимую на данный момент времени. С первой по последнюю главу мы ведем читателя по тем навыкам, которыми, в принципе, необходимо обладать любому деловому человеку на сегодняшний день, для того чтобы успешно справляться со своими бизнес-задачами, стоящими перед ним. Книга написана для деловых людей и для тех, кто хотел бы попасть в тот круг деловых людей и остаться там. Будь это деловой человек, желающий с помощью этих знаний повысить свою квалификацию и стать более успешным. Или человек ничего не знающий в этой области, но имеющий желание использовать эти знания для перехода с общего круга, где расположены все люди, в круг бизнеса.

Еще одна мысль преследовала автора, что все-таки эти знания, изложенные здесь, кого-то из наших сотрудников приведут к большим достижениям. Это тот набор инструментов, который необходим, чтобы этими достижениями обладать.

Все ситуации до единой в этой книге взяты из реальной жизни. Люди, о которых идет речь, живут и работают в фирме и сегодня. Здесь полностью отсутствует вымысел. Книга основана на фактических событиях.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

Мы беседуем с Председателем Совета директоров консалтинговой группы Бизнес-Совета Алексом Маслоу по особенно популярной на сегодняшний день в мире бизнеса теме – ***Стратегическое консультирование***.

Что это за отрасль? Как ее применять на практике? Какая помощь придет руководителю от понимания этой темы? В чем ее популярность?

Обо все этом мы и поговорим ниже.

Большинство грамотных руководителей на сегодняшний день, по мнению Алекса Маслоу, все больше углубляются в эту отрасль, стараясь привлечь специалистов в этой области для решения задач бизнеса.

Почему так происходит? Ответ простой – мир меняется. Все задачи, стоящие перед бизнесменом десять лет назад: укради, быстрее присвой, позволь себе возможность иметь – сегодня не актуальны. Глупых руководителей становится все меньше, меньше и меньше.

Вся проблема бизнеса на сегодняшний день заключается в ***команде***.

Все маркетинговые технологии сегодня копируются друг у друга. Все «реалити шоу», которые идут по телевидению – это копии американских программ, все списывается. Выигрывает на рынке сейчас тот, у кого лучшая ***команда***, коллектив. Но коллектив – это прежнее наименование, существовавшее в советские времена.

- Как-то я приехал в один из своих офисов, и мне говорят, что подобрали прекрасный коллектив. Увольте его весь, - рассказывает Алекс.

- Почему? – спрашивают его.

- Мне не нужен коллектив, мне нужна команда, - ответил Маслоу.

- Мне нужна ***команда***, которая решает задачи, мне не нужен коллектив, гегемон на заводе мне не нужен, нужны люди, которые зарабатывают большие деньги, мотивированно расставленные на своих местах, каждый виртуоз в своем деле. Тем более, мне не нужен профсоюз. Коллектив не нужен совершенно, - добавил Алекс.

По его мнению, команда формируется достаточно быстро, месяца за три. И атрибутом этой команды является стремление всех членов команды к одной цели, обязательно господствует видеократия, то есть множество мнений при жестком давлении корпоративной религии. Только такая организация способна выжить, все остальное это не бизнес.

Вот, например, бегают один директор, все сам решает, все сам делает, все на нем держится – это уже не бизнес, это – самозанятость. Когда Вы сами заняты собой, своим бизнесом.

Бизнес это когда мы с Вами сидим в ресторане «Ореанда» и кушаем омаров, а все крутится и вертится само по себе. Это – бизнес, а все остальное самозанятость. Большинство людей, которых мы видим в иномарках – это люди самозанятые. Это не бизнесмены. Если завтра этих людей не станет, то и бизнеса их завтра не станет, он умрет. Если все держится на одной личности, то здесь бизнеса не будет никакого.

Например, есть два директора. Один выполняет одну функцию, другой – другую. Один строит, другой проекты утверждает. Если их вдруг не станет, то и бизнес их пойдет туда же. Задача же бизнесмена уйти от такой ситуации. Нельзя руководить чем-то, являясь участником события. Руководить можно только из зрительного зала.

Возьмем, к примеру, футбол. Есть такая команда «Манчестер Юнайтед». Эта команда показатель всего успешного. Там нет суперзвезд, таких, как в «Риале», скупившим весь мир. «Манчестер» способен обыграть любую команду в мире, в четверку лучших команд мира он входит каждый год. До полуфинала кубка чемпионов он доходит всегда. Не даром у команды «Манчестер Юнайтед», единственный тренер в мире, который имеет титул сэра Алекс Фергюсон. И не зря он имеет рыцарский титул, присвоенный ему королевой Великобритании. Благодаря потрясающе аналитическому складу ума этот человек способен создавать боевую машину, которая может решать любые задачи со сравнительно средними по уровню игроками.

Причина успеха «Манчестера» в том, что Фергюсон умеет делать **команду**, умеет подбирать людей мотивированных каждый на своем месте. Он очень, очень и очень серьезно подходит к формированию **команды**, к каждой должности, к каждому игроку. Если мы посмотрим на работу всех тренеров, то увидим, что все они смотрят на игру своей команды со скамейки запасных игроков. Фергюсон всегда смотрит за игрой своей команды из центральной королевской ложи. Он никогда не спускается

вниз, лишь изредка, во время перерыва спускается в раздевалку к игрокам, затем снова появляется в королевской ложе, располагается рядом с премьер-министром Великобритании и наблюдает за игрой. Почему он так делает? Потому, что смотреть за игрой надо из зрительного зала. Нельзя быть участником событий и управлять игрой. Когда Вы участник события – Вы спите.

Дело в том, что человеческий мозг не может решать одновременно более одной – семи задач. Если, допустим, я нагружу Вас пятью разноплановыми задачами одновременно – Вы упадете. Мозг человека даже две двигательные задачи решить не может. Например, в руках у Вас нож, Вы его крепко держите, намереваясь нанести удар, но вот Вас толкнули в плечо, как реакция на толчок, Вы разжимаете кулак с ножом. То есть одновременно две двигательные задачи решить практически невозможно. Или взять, к примеру, автомобилиста, чем больше на него нагружено задач, тем быстрее произойдет дорожно-транспортное происшествие. Или, как будет действовать Ваш подчиненный, которому будут одновременно ставить разные противоположные по значимости задачи. Да, он может получить инфаркт, так и не решив ни одной из них.

Так происходит и с бизнесменами. Если он участник события, то многозадача не решится никогда. Его деятельность опять все та же – самозанятость. А это нервы, истерика, нервный срыв. Человек сидит на таблетках, постоянно глотает валидол. Почему это у них происходит? Потому, что нет людей, которые занимались бы этими проблемами вместо них. Задачи, которые они получают – многозадачны и поэтому с ними происходит истерика. Поэтому они не могут справиться с бизнес-проблемами. Проведя исследования, и опросив тысячу директоров компаний, выяснилось, что у них у всех те же проблемы.

У любого руководителя есть три способа принятия решения.

Например, директор выходит из офиса и через плечо кричит секретарю (первый способ):

- Займитесь этой проблемой.

И он уходит. Что происходит дальше? Сотрудники фирмы, которых нанимали для решения совершенно других задач, понятия не имеют, как решить поставленную директором проблему, но приказ все же пытаются выполнить, как могут. Им это не удается. Возвращается руководитель к пяти часам вечера и спрашивает:

Вопрос решен?

Все в шоке, разводят руками. Директор взрывается:

- Зачем я вам плачу такие деньги? Свои кровные деньги.

А вы ничего не делаете.

- Но мы не знаем, как решать такие задачи, - отвечает секретарь.

Директор на минуту приходит в себя и говорит (второй способ):

- Ну, ладно сейчас я вам покажу, как это нужно делать.

И его мозг начинает автоматически работать, кого он может дернуть для выполнения этой задачи? У нет никаких программ, приборов для решения этой задачи. Он не видит способов ее решения. А более двух задач человеческий мозг в себе не держит. Директор помнит только семь человек, которые, по его мнению, могли бы ему помочь. Нервно хватая мобильный телефон, начинает судорожно листать записную книжку. Но так как мобильные телефоны меняются часто, а он не успевал фиксировать новые номера, многие из его знакомых просто потерялись. Директор начинает дергать всех подряд. Знакомые предлагают различных специалистов, сами, практически не понимая, какую же все-таки задачу надо решить. Кто нужен для этого? Адвокат, аудитор, детектив? И начинается бег по кругу – директор бежит по своим знакомым, знакомые директора - по своим. Наконец, они находят какого-то человека, который им понравился визуально и профессионально, практически первого попавшегося, человека «с другой планеты». И считают, что нашли правильное решение. Затем они платят деньги этому человеку, и тот приступает к решению задачи. Но задача – многозадачна. Представьте себе арбуз, разрезанный на две части. Одну часть специалист решит, а другие части задачи, расположенные во второй полови-

не арбуза, кто будет решать? Почему часто бывает, юристу заплатили деньги, выиграли суд, а результатов нет. Провозились полгода, а толку нет.

Любая задача имеет ряд составляющих: экономическую, психологическую, юридическую и другие. Каждая задача должна разбиваться на части под специалистов, которые должны участвовать в решении этой многозадачи. Экономисты должны просчитать сделку, юристы – проверить документацию, детективы – проверить информацию. Это уже три части сделки. И представьте, что всю эту многозадачу поручают одному специалисту. Допустим, это юрист. Он подготовит все документы, и они будут в порядке, а то, что часть этих документов окажется подложной, этого никто не проверял. Работает, допустим, экономист, который все просчитывает только один. В данном случае можно оформить сделку, которая окажется нерентабельной. Вы выполните свою задачу перед клиентом, но он не получит результата. Вложит деньги и заморозит их.

Все хотят, чтобы один специалист решал все проблемы. Так как это намного дешевле. Дело все в деньгах. Или десять тысяч долларов платить проектной группе, или пятьсот долларов – одному юристу и дело решено. Но и результатов в этом случае ждать не приходится, их не будет ни сейчас, ни в будущем

Третий способ принятия решения – «само рассосется».

Но, как показывает практика, сама по себе проблема не рассасывается. Она будет становиться все больше и больше. Но когда руководителю говорят, что нужно провести презентацию, показать несколько способов решения задачи, состоящей из трех, пяти, семи этапов, и выбрать одно из решений, он твердо заявляет:

- Нет, мне надо сразу решить эту задачу и все. Одним словом мне надо купить решение задачи.

Но так не бывает. Сначала Вы должны выбрать способ решения задачи. Специалист должен показать, какой из этих способов лучше, рентабельнее. Все способы ведут к выполнению задачи, к результату, который хочет иметь клиент. Но есть

три шага для решения этой задачи, а есть – пять. Соответственно разные бюджеты, и разные способы решения.

Выберите, что для Вас приемлемо на сегодняшний день. Клиент отвечает:

- Нет, мне просто надо решить вопрос. Мне надо купить решение задачи.

Но когда Вы хотите купить решение задачи, Вы должны заплатить человеку, но один человек не решит всю задачу. Он может только на каком-то этапе Вас обезопасить.

Поэтому снова возвращаемся к тому, что нужна **команда специалистов**. Нужна **проектная группа**. Почему Бизнес-Совет устроен способом проектной группы, а не способом фирмы? Когда десять человек сидят, и каждый занимается одним делом. Потому, что задачи – многозадачны. Поэтому другие структуры на рынке сегодня умирают. Так как задача обычно меньше, чем из двух частей не состоит, то и группа должна состоять минимум из двух человек, в которой каждый бы решал свою часть задачи.

Вот отсюда и появляется **отрасль стратегического консультирования**.

Человек видит проблему, видит ее части. То, что видит на поверхности коммерсант, это только симптомы проблемы, но не причина.

Задача стратегического консультанта не слушать бизнесмена, а заглянуть в корень проблемы. Посмотреть, где она зарыта, откуда, как говорят, «уши» растут. Он должен увидеть причину проблемы.

Есть такие люди, которые пакостят целыми днями. Прибегает, например, человек со статьей в газете, которая ему явно не нравится и впадает в истерику:

- Подонки, что напечатали, я знаю, кто это сделал.

Но, вместе с тем, он даже не задумывается над тем, что же, в самом деле, происходит, где лежит суть самой проблемы, и почему она могла появиться на свет эта статья. Он видит только конечный результат – статью в прессе. И в силу своей непрофессионализма спрогнозировать даже не может, что тут целых три

варианта, кто это напечатал, а не один, который он видит. Просто он видит не причину, а следствие. И думает, что это произошло сейчас, а это, как говорят мудрецы, произошло намного раньше. Вот именно то, что было раньше и надо устранять.

Так происходит и с бизнесменами. Когда ему начинают это толковать, он говорит:

- Ты не прав.

Он сам «знает», что и как надо решать. И в результате борется с «ветряными мельницами». А это бесполезная трата времени.

Стратегический консультант понимает, в чем суть проблемы и главные ее причины. Он видит и саму задачу, и корень проблемы. Он разбивает задачу на части. Обыкновенный человек, не умеющий решать проблему, не знающий этой отрасли, не способен разбить задачу на части. Этому надо учиться. Для этого надо иметь опыт. Стратегический консультант разбирается и в юриспруденции, и в экономике, и в финансах, и в производстве, и в банковской сфере. Это очень образованный человек, всесторонне развитый. Разбив задачу на части, он подбирает специалистов под каждую часть задачи. Однако оценить каждого специалиста, и он не может. Это может сделать только специалист более высокого класса – **администратор, директор проекта**. Директор фирмы оценить специалиста не может, насколько он квалифицирован именно в этой области. Например, Вы приходите к товарищу и говорите:

- Мне нужно запустить космический корабль.

- Я не умею запускать космические корабли, но информацию, кто бы это мог сделать имею. И могу с тобой ей поделиться, - ответил товарищ.

Понимаете, в чем разница? Сам запустить не может, но знает, кто сможет. Например, Южмаш в Украине может запустить ракету. А бизнесмены этого не понимают. И дальше происходит вот что. Нанимается человек, который может сделать «все», хотя и не является специалистом в этом вопросе.

За последние годы на данной территории ничего не изменилось: одни мошенники – другие потерпевшие. Один говорит

мне нужно решать проблему, другой, не зная как это делать, берется и потирает руки, говоря про себя:

- Заработаем!

Приходят, например, к человеку, который занимается расследованием убийств, и ставят задачу решить налоговые вопросы. Бизнесмен не понимает, что этого человека нельзя ставить на налоги. Но ему все равно. Он платит ему деньги, и все, пошел работать. Вот так происходит, когда нанимают «специалистов» по внешним признакам: золотые часы на руке, машина за 30 тысяч долларов. Каков сам, такого специалиста и нанимает. Хотя есть аналитики, которые могли решить его проблему в два хода. Но такой бизнесмен никогда не станет с ним работать – не его поля ягода. Для чего в фирме создано столько отделов? Чтобы можно было набрать *команду* под любую задачу, и решить с ее помощью любой вопрос.

«БИЗНЕС-КОМПАС»

«Бизнес-Компас» родился этой зимой, в период всеобщей спячки в Крыму и полного спада деловой активности. Именно в этот момент появляется компания «Русь» из Санкт-Петербурга с просьбой к компании Европейская адвокатура построить систему сбыта для ее товаров. Товар - готовые деревянные срубы домов. На вопрос, почему они не продаются в регионе, авторы идеи были в полном недоумении и высказывались с большим разочарованием:

- Не знаем. Мы разговаривали со всеми. Говорят, что предложение интересное, но дело не сдвинулось с мертвой точки.

Приезжают представители компании «Русь», платят деньги. Создается проектная группа из числа сотрудников Европейской адвокатуры. Неделью группа работает – ничего не получается. Используют прямые продажи, тоже не получается. Продажа с помощью рекламы, объявлений в газете – тоже не идет. Продажа через Интернет – не идет. Одним словом, ничего не получается. Подключаются агентства недвижимости в Москве, ответ – не

интересно. Голову сломали – ничего не выходит. Мозг «кипит», но не бывает нерешаемых проблем. Руководитель спецотдела компании обратился к своему другу и наставнику, коллеге из Москвы, автору доктрины «Мироустройство» Аркадию Егониному. И он говорит:

- Ты сможешь решить все сам.

- Аркадий, но у меня не получается, - отвечает руководитель отдела.

- Спроси свою душу, и она даст тебе ответ, - сказал Егонин.

Кстати, согласно его доктрине наша душа – это компьютер, связанный с Интернетом. Наша душа знает файлы, конкретные адреса, куда обращаться, для того чтобы получить обратную информацию. Мозг наш не способен этого сделать. Он является, по его мнению, ретранслятором. Эта интересная доктрина, в отличие от других, работает очень серьезно на психологическом уровне для человека.

Аркадий всегда говорит:

- Не верьте мне, проверяйте то, что я говорю.

Результаты были просто ошеломляющие, когда человек начинал действовать так, как говорил Егонин. У него получалось буквально все.

Руководитель спецотдела компании Европейская адвокатура начал думать сам. Принял решение действовать, вознамерился. По мнению Егонина, намерения – это мысли соединенные с действием. Еще не вполне сознавая, куда идет, руководитель отдела заходит в книжный магазин и в поле его зрения попадает небольшая книжка, маленькая невзрачная книжка стоимостью четыре рубля, яркого желтого цвета, абсолютно никчемного содержания. Но именно она и стала тем катализатором создания всей системы. Открыв первую страницу, руководителя отдела поразила мысль – человеческий мозг не может держать в памяти одновременно более семи задач. Становится вполне понятно, что глава фирмы «Русь» и не сможет продать свои срубы, так как голова у него забита с утра до ночи спектром внимания. Он не может подняться над проблемой. Как выяснилось, у женщин

спектр внимания выше, чем у мужчин. Эта мысль и привела к созданию новой доктрины, и она начинает работать в тот же день, и приносить результаты уже на следующий день. Эта доктрина позволяет конструировать все, что угодно, решать любые задачи. Вот так же, как «Компас». Становится понятным, что десять человек, способных в своей памяти держать от двух до семи задач, отдельно не смогут решить эту проблему. А принять правильное решение, тем более.

Представителю фирмы «Русь» было предложено выйти из ступора, подняться над ситуацией, и посмотреть на все отстраненно.

Как работает закон малого числа? Каждый человек в мире знаком друг с другом посредством шести человек. Иногда посредством четырех человек. Таким образом, существует несколько линий, по которым можно найти путь друг к другу, при условии правильно выбранного направления движения, от самого первого звонка кому-то. Каждый человек, по мнению экспертов, знает до семисот человек в мире, приблизительно. Директора компаний знают до двух тысяч человек, другие руководители и того больше.

При условии правильного выбора направления движения Вы можете найти любого человека, вплоть до президента США. Но так как носить все это в голове невозможно, мы используем компьютер.

Специалисты компании Европейская адвокатура выбрали первый кирпич – ***раструб внимания***, и поняли, что невозможно решить задачу, не поднявшись над ситуацией.

Затем создали транспортную цепочку из шести человек, математически доказанную формулу, что ***посредством шести человек мы знаем любого человека в мире***.

Следующим краеугольным камнем был выбор ***направления движения***. ***Шесть направлений движения помогут решить любую Вашу задачу***.

Но вернемся к сбыту срубов фирмы «Русь». Им было предложена такая доктрина. Каждый человек продает дом. Но для этого надо заинтересовать человека. Было решено делить не

деньги, а квадратные метры. А для того чтобы разделить квадратные метры необходимо их иметь. Для чего использовалась строительная компания. Руководитель отдела задал представителю фирмы такой вопрос:

- Елена Валерьевна, сколько метров Вашего жилья нужно продать человеку, для того чтобы получить в собственность Ваш дом?

Она ответила:

- Две с половиной тысячи квадратных метров.

Произведя определенные расчеты, пришли к цифре, что за год эта задача реализуется абсолютно. И руководитель отдела первым вступает в эту партию. Сам написал доктрину, и сам начал воплощать ее в жизнь. Заплатив первый взнос 500\$ в фирму, как первый взнос за свой дом, чтобы не возникло желания убежать, получил от фирмы документы: письменные обязательства, с печатями и подписью директора о том, что в случае если он продает квадратные метры, то фирма поставит ему дом в любой точке Крыма, по желанию. Уже в марте следующего фирма должна построить этот дом начальнику отдела Европейской адвокатуры. Ровно через год фирма гарантировала поставку этого дома.

Но была еще одна проблема, ведь люди не продавцы. Ведь продавцами могут быть лишь 10% населения. И если им, не продавцам, придется продавать что-то, то они не смогут получить этот дом. А если же они будут работать с информацией, то такую работу может выполнить практически любой человек. И он получит свой дом в любом случае. Вы приходите и говорите человеку:

- Хотите дом через год, или Вы предпочитаете автомобиль?

Елена Юрьевна говорит:

- Нет проблем, пусть группа эта продаст мне две с половиной тысячи квадратных метров жилья, и я готова поставить автомобиль.

И она предлагает договор, где указан автомобиль марки «Мерседес» с предложением, о том, что как только группа про-

даст эти метры, получит автомобиль. Далее Вы платите 500 долларов, чтобы не убежать от своей мечты. Деньги естественно платите под документы. Затем Вы ищите человека из своего окружения и снова его регистрируете по той же схеме, и, если Вы выберите шесть направлений одновременно, то дом Вы продадите на сто процентов. Вновь привлеченные участники проекта делают то же самое. Вот какой спрут разрастается. И вот Вы дошли до шестого человека. Никакой здесь пирамиды нет, как кажется сначала – это называется *разгоном информационного потока*. Здесь официальные документы компании на руках с официальными печатями. Директриса говорит Вам о своей готовности купить сегодня «Мерседес». Шестой человек уже продал дом, и между всеми Вами разделились проданные им квадратные метры, и каждому осталось продать уже намного меньше метров. Таким образом, Вы не продаете дом, а ищите людей, участвующих в этой работе, которые все платят по 500 долларов. Вот так был заполнен весь Симферополь, и люди реально получили дома. И если человеку не интересен дом, то ему всегда интересно получение такого дома. Человек платит 500 долларов и организовывает свою тему по продвижению дома. Так работает «Бизнес-Компас» в бумажном варианте.

Теперь обратимся к нашей теме. При помощи этой системы можно продвигать любые товары и услуги на рынке, и с помощью этой системы можно зарабатывать деньги.

Любая компания тратит деньги, чтобы получить клиента. Это транспортные расходы, расходы на проведение встреч, презентаций. Это рабочее время сотрудников. Вот, например, если бы Вам сказали, что за клиента Вы должны заплатить такую-то сумму, Вы бы заплатили и получили клиента, без тех затрат которые бы были возможны на его поиск. Всегда существует себестоимость проводимых работ, для этого в компании Европейская адвокатура были и введены 12 коэффициентов. И сейчас каждый сотрудник знает стоимость коэффициента. Например, коэффициент номер один стоит сто долларов. При таком коэффициенте на транспортную цепочку будет разделено сто долларов. Они не участвуют в поиске клиента, они участвуют в *прогоне*

информационного потока. Руководитель отдела звонит Вам, Вы звоните другому человеку, тот решает задачу, дает руководителю отдела клиента, он делит на всех 15 тысяч долларов, эти деньги выкладываются рядом стоящему, тот собирает всю цепочку и делит между ними деньги. И не надо никого ходить и уговаривать. В окружении человека всегда есть люди с проблемами. Если Вы ему пообещаете коэффициент, то он за эти деньги будет слушать проблемы людей и направлять их к Вам. Неоднократно проводился такой эксперимент. Допустим, у Вас заканчиваются деньги. Вы берете 280 долларов, садитесь в ресторане, кладете их на стол и звоните первому попавшемуся другу и говорите:

- Вася, есть дело, приезжай.

Вася приезжает, и Вы говорите ему:

- Ко мне обратились люди, им нужен клиент такой вот, в адвокатскую контору, они готовы заплатить 280 долларов, если мы его сейчас найдем, то поделим деньги пополам.

Вася подумал и говорит:

- Но у меня нет таких клиентов

- Звони кому-то из своего окружения и приглашай за этот стол, - говорите Вы.

Вася звонит Мише. Тот приезжает, и у него тоже нет клиента. Вы говорите:

- Приглашай еще кого-нибудь, но деньги уже будем делить на четверых.

Приезжает Катя и у нее есть клиент. Она сводит Вас с клиентом, Вы с ним заключаете договор и по 70 долларов выдаете каждому из этой цепочки.

Вывод:

Для того чтобы решить любую задачу на сегодняшний день Вам нужно просто посадить за стол достаточное количество людей, и все. Так работает разгон информационного потока для одного человека, так работает он для консалтинговых деловых услуг.

Но для того чтобы разобраться в своем окружении его необходимо выписать. И если вы его будете просто записывать в

столбик, толку это не принесет никакого. Вы, вероятно, напишите туда своих лучших друзей, но это будет ошибкой.

Вам надо поставить ближе к себе наиболее проводимых людей, а это не всегда Ваши друзья, скорее наоборот.

Для того, чтобы эти проводимые люди быстрее и лучше раскидывали Вашу информацию. И подальше надо держаться от тех людей в работе, которые не проводимы. В этом случае Вы быстрее станете успешным.

При написании «*Планшета*» руководство фирмы всегда говорит так:

- Есть ли среди Ваших людей те **шесть человек, с которыми Вы готовы разделить Ваши деньги?** Вот мы дадим Вам сейчас 1000 долларов, которые Вам надо поделить на шесть человек.

Обычно все сразу начинают выписывать тех людей, которые им нравятся. И, как правило, в этом случае работа не получается. Да, и не может получиться.

- Но почему? - спрашивают все.

- А потому, что Вы выбираете людей по принципу: нравится – не нравится, а не по принципу: проводимы, как проводники информации, или не проводимы.

Далее человек выписывает в столбик **шесть наиболее, по его мнению, проводимых людей** и наиболее близких к себе.

Далее им говорят:

- Есть ли в Вашем окружении шесть бизнесменов, которые достаточно состоятельные люди, выпишите их.

Но практика показывает, что бизнесмены не будут на эту тему разговаривать с Вами. Почему? Потому, что они очень занятые люди. Поэтому Вам необходимо найти **еще шесть человек, стоящих рядом с этими бизнесменами, которых знает и этот бизнесмен, и Вы одновременно.** Такие люди есть в Вашем окружении.

Выписываете рядом таких людей.

И четвертый столбик – **это люди, которые находятся на должностях.**

Они бизнесменами не являются, они Вашими близкими не являются, но они работают в госструктурах или других местах. **Каждый из этих людей приоритетен, если они проводимы.** Если нет, то просто записываете этого человека в **специальный ящик.** Со временем Вы можете их менять. И вот как это работает на бумаге.

Вы начинаете доводить информацию до первых шести. Чем больше людей эту информацию знает, тем больше денег Вы можете заработать одновременно. В Вашем окружении все должны знать информацию о «Компасе», о котором мы сейчас говорили. Так как информация проходит определенный этап, Вы опросите свое окружение, и они смогут зарабатывать большие деньги. Они говорят:

- Да, нет никаких проблем.

И начинают просвещать уже свое окружение дальше, дальше и дальше. Однако все же «Планшет» не удобен. Дело в том. Что его надо постоянно переписывать. Менять людей: переводить из одной группы в другую, и наоборот. Вот тогда и возникла идея положить все это на программное обеспечение. Но если это программное обеспечение будет принадлежать руководителю, его можно украсть, отнять, скопировать. А если оно будет в Интернете, то «Компас» будет жить своей жизнью, отдельной от всех нас.

Именно «Компас» позволяет решать транспортную задачу, отслеживать все цепочки, о которых мы говорили раньше. Теперь представьте, семьсот человек Вашего окружения вбивается в «Компас» для решения стоящих задач, вместе со своим окружением. Вы умножаетесь еще на семьсот окружений одновременно, а эти семьсот умножаются еще на семьсот, получается геометрическая прогрессия.

А теперь представьте, Вы имеете административный ключ доступа в систему. Но здесь стоит система защиты. Вы не сможете посмотреть все окружение – только транспортную задачу, когда ее необходимо решить.

Вот так работает «Бизнес-Компас». И это создал руководитель спецотдела «In Det». Вот такая удивительная система

существует в настоящее время, и позволяет желающим приобрести ее в качестве рабочего инструмента для решения всевозможных задач бизнеса. Так как это система новая, и она продолжает развиваться и изучаться, то мы будем на протяжении всей книги возвращаться к ней, чтобы сообщить о ней что-то новое.

КОРАБЕЛЬНЫЕ ДЕЛА

Мы беседуем с руководителем спецподразделения «In Det» консалтинговой группы «Европейская адвокатура» непосредственно участвовавшим в этих необычных и мало кому известных процессах, происходивших в нашем городе несколько лет тому назад, но не потерявших свою актуальность и сегодня.

«Дело происходило на одном из флотов. Приносят мне с виду очень простое дело, но так казалось только с первого взгляда, фактически оно было многозадачное. Называлось дело «Ныряющие корабли». Суть всей проблемы: шесть кораблей были проданы в Турцию, и караваном проследовали к турецким берегам из Средиземного моря на обычную распилку. В шторм все шесть кораблей затонули, не достигнув берега. Форс-мажорные обстоятельства Торгово-промышленной палатой Турции были подтверждены, печати стоят, все чисто. Чтобы раскрыть это дело были подключены наши торговые партнеры в Австрии. Был проведен анализ возможного маршрута движения этих кораблей в другие страны, в том числе и европейские. Пришли к выводу, что, возможно, такой страной является Норвегия. Группа экспертов вылетела самолетом в Норвегию. Корабли, как и предполагалось, ушли в Норвегию, но в момент швартовки в нашем присутствии, они были арестованы местной полицией. Суда были арестованы и возвращены владельцу в пункте распилки судов в Турции.

Документы, подтверждающие Форс-мажор аннулировали. Все расходы по этому делу легли на флот. Никто из бывших и

действующих должностных лиц не пострадал. После «всплытия» кораблей со дна Средиземного моря в нейтральных водах, на них были доставлены новые перегоночные команды, и все шесть кораблей были отбуксированы в Норвегию.

Следующее реальное дело было связано с продажей, определенными людьми, всех кораблей фирмы «Атлантика». В период проведения сделки один из кораблей пропал. Стояла задача найти пропавший корабль. Мы провели исследования за рубежом, нашли в портовых журналах этот корабль. Корабль существовал на самом деле, но был оставлен командой, брошенной судовладельцем на произвол судьбы, без средств к существованию. В дальнейшем этот «летучий голландец» был выброшен на берег, и его судьба была предрешена – ржаветь и разрушаться. Вот так, в свое время, распорядились руководители с государственным имуществом.

Интересное дело было рассмотрено нами по земельному вопросу одной бабушки. Дело было так. Еще при советской власти эта гражданка получила 89 гектаров земли в портовой зоне города Севастополя. Бабушка обратилась в Киев с просьбой, оказать помощь, и мне поставили задачу защитить ее. Мы приступили к работе. Давление началось с разных сторон. И со стороны государственных органов и со стороны других структур. Лично со мной было проведено несколько встреч, все уточняли, почему я взялся за это дело, что и как.

На все я отвечал только одно:

- Я юрист, и оказываю помощь человеку.

Но мы прошли все этапы и суды, и закончили это дело с успехом. Хотя по времени оно заняло целый год.

Как заработать с помощью визитки

«Очень часто подчиненные меня спрашивают:

- Как увеличить число контактов с людьми, как мне заставить людей обращаться к себе, это ведь так сложно сделать?

Я отвечаю:

- Разные способы существуют, чтобы заставить человека обращаться к себе.

И привожу один, с моей точки зрения, яркий пример по этому поводу. Мы были на симпозиуме в Киеве, там меня встретила Екатерина Малышева – Президент консалтинговой группы Бизнес-Совета. Девушка с очень интересной судьбой. Ее отец мой друг, он умер, и перед смертью просил меня позаботиться о своей дочери. Я помог ей получить юридическое образование, и вот сейчас она добилась таких высот в своей работе.

Она разрекламировала меня на этой встрече, и на второй день я имел там полный аншлаг. Не было ни минуты свободного времени: журналисты, постоянные встречи, беседы.

И вот на этом симпозиуме она рассказала всем, что я могу провести «мастер класс» по одной очень интересной теме. Ко мне подходили с вопросами о том, что, мол, я знаю, как за каждую визитку, которую вы даете, получить 200\$ обратно. Я отвечал, что действительно это знаю и могу даже показать, как это делается. И добавлял, что глупые те люди, которые так не делают. Вокруг все просят:

- Поведайте секрет, пожалуйста, как это сделать?

Я отвечаю:

- Нет проблем, 600\$ с человека сейчас на стол и я расскажу, как это делается.

Все вокруг заволновались. Как вот так просто взять и отдать свои кровные, а вдруг проиграю.

Ну, что же, на нет и суда нет, - отвечаю я. И ушел в ресторан. Вы знаете, действительно трудно в это поверить, но из Вашей сотни визиток – каждая принесет Вам 200 долларов. И это не потолок суммы – это минимум. Я даже сейчас готов взять письменное обязательство об этом. А стоит она Вам эта визитка – 50 копеек. Представьте себе, какова рентабельность капитала? И вот сейчас Вы узнаете, что было дальше в этой истории.

А дальше было так: у одного «скупого рыцаря» не выдержали нервы. Представьте себе, сидит наш украинец и всю ночь считает, как же так за 50 копеек можно получить аж 200 долларов. В номере куча окурков и множество выпитых чашек кофе.

Утром за завтраком «рыцарь» подходит ко мне и говорит:

- Я готов заплатить тысячу долларов, лишь бы Вы этим «остальным» не говорили об этом.

Не успел я спуститься в фойе гостиницы «Киев», подходит ко мне второй соискатель и говорит:

- Я вот тут подумал, и решил, что если бы Вы рассказали этот секрет только мне одному, я готов бы был заплатить 2000 долларов.

Я говорю:

- Вы знаете, я ни тебе, ни тебе ничего не скажу. И ушел. Они гонялись, эти двое, за мной по всему Киеву.

Екатерина Малышева, эта очень успешная леди, глубоко уважающая меня, рассказала позже, что эти бизнесмены так пристали к ней с расспросами, не шучу ли я? На что она ответила:

- Я так делаю каждый день.

Возвратившись в номер гостиницы, нахожу ожидающего меня очередного бизнесмена с предложением поужинать с ним. Я соглашаюсь, и мы едем в самый дорогой ресторан Киева. Ужин обходится не меньше, чем в 500 долларов. Ему не жалко. Посадил он «скупой рыцарь» меня перед собой, всех выгнал и ждет манны небесной. Напрягся, чтобы ничего не пропустить. Достал диктофон – записать науку. Одним словом подготовился на все сто процентов. Я ему и говорю:

- Диктофон не нужен, ты все запомнишь, вещь-то очень простая. Просто ваши мозги до этого додуматься не смогли.

Все ждали рассказа. И я начал с экскурсии в психологию. Стал объяснять принцип, как это все делается с визиткой. Этот принцип Вы можете применять с чем угодно – с книжкой, с брошюрой, с любым бумажным носителем, на котором можно писать ручкой. Вы можете применить вместо визитки брошюру и тоже получите свои минимум 200 долларов, если будете делать так, как я говорю.

И так, я отдаю вам визитку. Что Вы с ней делаете? Изучаете и кладете в барсетку. А мне нужно совсем другое, чтобы вы положили визитку не в барсетку, а в кошелек, и берегли бы ее, как зеницу ока. Поэтому мы будем людьми умными и не ста-

нем позволять нашему клиенту управлять ситуацией, а будем сами ей управлять. В России эта технология работает очень хорошо также. В Европе это тоже работает. Но в Украине это работает особенно успешно, учитывая местный колорит населения. Все это было проверено пятью годами практики. Ни одна визитка не дала сбой за пять лет. Рано или поздно клиент приходит ко мне и платит эти деньги. Визитка должна превратиться в вещь, которая дает какое-то преимущество.

Далее я подробно рассказываю, что и как ему надо делать с этой визиткой, чтобы его мечта воплотилась в жизнь.

Наконец, наш герой понял, какая ценная вещь оказалась эта самая визитная карточка, такая не дорогая и в то же время весьма ценная штука, готовая служить ему верой и правдой всегда. А теперь вопрос: уберет ли он такую визитку? Никогда не уберет, он положит ее в кошелек, и будет звонить. Вот так визитка стоимостью 50 копеек приносит вам солидный доход почти автоматически.

Ну а теперь о главном, мне создатель этой технологии поведал, о том, как это все сделать. Хотите, я расскажу вам.

ЖИВАЯ ОБОЙМА

Сегодня мы расскажем Вам о технологии *«живой обоймы»*, покажем, как строится эта система. Допустим Вам необходимо построить такую компанию в Севастополе при минимальных затратах со стороны холдинга, скажем так, в кратчайший период времени. И это не просто фирма, которую «обойма» объединяет – мы посмотрим Ваш карьерный рост при успешном выполнении настоящего тестового задания. Фирма готова взять

на себя письменные обязательства перед Вами, связанные с Вашим благополучием в дальнейшем в течение двух лет, это раз. В «обойму благополучия» входит: автомобиль той марки, которую Вы захотите, жилье в городе Севастополе такого класса, который Вы для себя выберете, пассивный доход – оклад, как у директора фирмы. Вот пакет тех благ, который Совет директоров холдинга готов Вам предоставить.

От того, как Вы сейчас поймете, что я буду объяснять, зависит очень многое – Ваша успешность, например, Ваш результат. Систему можно строить по-разному. Но от нас будут требовать результат, а не систему, она, кстати, и так работает и находится не в стадии эксперимента.

Итак, мы приступим к обсуждению тех направлений, которые надо поставить в Крыму, Севастополе, планировать будем Симферополь и затем южный регион. Предприятие, которое предлагается достаточно специфическое, очень полезное для рынка. На сегодняшний день существует четыре программы для его реализации:

Программа «Стоп-кадр»

Эта программа позволяет работодателям иметь специфическую информацию о сотрудниках. Это база данных выгруженная в Интернет, живущая своей жизнью. Пополнять ее может только человек, имеющий административный ключ. Эта программа независима ни от кого, кроме администратора, создателя этого компонента. «Стоп-кадр» содержит базу данных на сотрудников, которые когда-то повели себя неправильным образом в бизнесе. Работодатель должен знать заранее, что ему ждать от того или иного сотрудника, которого он берет к себе на работу. Работодатель может просматривать эту базу данных за деньги, конечно, арендуя вход в эту базу, скажем за тридцать долларов в квартал.

Программа «Бизнес-стоп»

Эта программа раскрывает поведение бизнесменов в отношении своих работников, то есть если первая служит работодателям, то эта служит работникам.

Программа «СКС: Стоп корпоративный спор»

Эта программа содержит базу данных о поведении бизнесмена в отношении своих компаньонов и так далее.

Краеугольным камнем всего этого является ***Центр решения проблем***, назовем его «***Трибунал***», в который входят самые уважаемые люди мира бизнеса, консультанты, судьи, религиозные деятели и другие. Поэтому информация, которая не соответствует действительности, в эту базу попадать не будет. По каждому случаю проводится «расследование» проведенное одной из сторон. Инициатором расследования должна являться либо одна сторона, либо другая.

Программа «Карьера-плюс»

Все сотрудники, приходящие на работу в холдинг должны иметь карьерный рост. Сейчас мы конкретно рассмотрим, какая карьерная лестница должна быть.

Понятие «живая обойма»

Любой бизнес состоит из трех частей.

Первая часть – добывающая, то есть эта та часть, которая будет добывать клиентуру. И вот сюда надо поставить человека с определенными психологическими характеристиками. Потому что, если Вы возьмете сюда совершенно другого человека, страдает дело.

Вторая часть – это администрирование – это те люди, которые проводят переговоры, заслушивают подчиненных, сюда же входит такой административный орган, как сам ***Трибунал***.

Третья часть – исполнение – это детективы, которые проводят расследования конкретно и предоставляют обоснованную информацию Трибуналу. И все эти звенья имеют по одному человеку, в начале проекта. Но рано или поздно объем работы возрастет, и эти линии не будут справляться с работой должным

образом. Поэтому нам нужно каким-то способом устроить компанию так, чтобы эти люди могли расти вверх по карьерной лестнице, а на их место приходили бы другие люди, которые могли бы замещать их или вместе, на первых порах, работать. Поэтому мы добавим по одной линии вниз к каждому первому человеку. Рано или поздно первый человек, занимающийся добыванием, подберет себе замену, т. е. человека со схожими характеристиками. Обычно такие люди легко срабатываются. И вот они уже начинают работать в паре. И другие звенья, подыскав себе замену, начинают работать вместе с ними на своих направлениях. Но далее наступает необходимость роста этим трем новым работникам. Поэтому они, в свою очередь, подбирают себе тоже замену. Вот таким образом у нас получилась структура «***девятки***», т. е. коллектив из девяти человек и он работает. Далее «девятка» работает таким образом. Возьмем, например, направление добывания. Так как этот человек первый поработал, построил этот бизнес, ему уже и расти хочется, и мы ему предлагаем - этот Проект из Севастополя переместить в Симферополь. Но так как здесь в Севастополе он получал только зарплату, а нам надо сделать из него «товарища» получающего доход, а не зарплату, мы перемещаем его в Симферополь в это же звено «добывание», даем ему 30% дохода в новой фирме (дочерней), и он начинает формировать новую «девятку» в Симферополе. Он умеет ее строить, он уже знает, как все это делается. Что происходит? У нас в первой клетке образуется пустота. Но «обойма» работает таким образом, что «патроны» в ней всегда двигаются только вверх. Образовавшуюся пустоту заполняет «человек-замена», его клетку заполняет еще одна «замена». Остается пустым последнее место, на которое его бывший «владелец» подбирает другого человека. Все они двигаются вверх, как патроны в обойме. Критерий успеха – подбор человека на должность нижестоящую и обучение его. А первый человек, уже получил долю в компании, он директорствует. Так образуется симферопольское отделение первой компании.

Но вернемся к нашей «девятке». У каждого человека в этой структуре должно быть карьерное стремление, и при пере-

ходе с одного уровня на другой по служебной лестнице у него должен увеличиваться и интерес к работе. Если на первом месте у него, например, была зарплата в 100\$ (условно), то на следующей ступеньке она должна быть уже 300\$, а на более высоком уровне 500\$. То есть, чтобы увеличить себе зарплату в три раза надо перейти на более высокий уровень, а чтобы увеличить еще в полтора раза – перейти на еще более высокий уровень. Сейчас мы «находимся» в новой компании в Симферополе. Но когда «девятка» создавалась, она задумывалась в трех инженерных направлениях.

Направления «девятки»

Задача номер один – дать хотя бы минимальную зарплату людям сразу. Эту задачу не решала ни одна система, не было возможности дать зарплату.

Вторая задача: система должна двигаться в трех направлениях.

Направление номер один: бизнесы должны клонироваться, что мы видим на вышеуказанном примере. Фирма созданная в Симферополе - это ***клон***. То есть практически в Севастополе все было сделано, весь пакет документов был готов, и затем открывается симферопольский филиал. Человек приходит в Симферополе на ту же должность, на которой он был раньше, но уже со своей долей в предприятии, в новом юридическом лице, и устраивает ту же «девятку». Механизм построения ее мы пока затрагивать не будем.

Направление номер два: создание новых бизнесов не связанных между собой.

Направление номер три: карьера. То есть стоит задача «загнать» человека в коридор и сделать из него, наемного работника, бизнесмена за период – два года. Но этого недостаточно. И здесь вот человек, новый глава «клона» понимает, что он мог бы стать и сам независимым бизнесменом. И он решает проклонировать свое предприятие теперь уже в Ялту. Все происходит, как и в предыдущей схеме. Мы уже теперь имеем три предприятия. Все три первых человека выстреливаются в «инкубатор» или

буферную зону. И двигаются сначала в область клонирования, т. е. они повторяют ту фирму, которая была, а на следующем этапе они создают собственное направление, собственный бизнес. То же самое происходит при помощи обойменной «девятки», т. е. мы строим новый бизнес, например, бизнес с аудиокнигами, тренингами и т. п.

Руководитель ялтинского предприятия, имея 30% прибыли, создает свое новое предприятие, используя все ту же систему клонирования. Выстраивает «девятку», закладывает первую компанию в новом направлении. Допустим это производство компакт-дисков. В этом предприятии у него уже 60% прибыли. Фактически он уже главный акционер на этом предприятии, с участием холдинга, имеющим 30% прибыли. Сама «девятка» фактически строится без вложения денежных средств.

Рассмотрим карьерный рост снизу. Человек приходит в «девятку», устраивается на работу и получает зарплату. Вторая ступень карьерного роста – увеличение зарплаты в два раза. Карьерная ступень номер три – увеличение зарплаты еще в полтора раза. Следующая ступень – клон, и уже управленческие навыки, он уже руководитель со своей долей прибыли. Следующая ступень – независимый бизнес. При этом, что получает человек на этих двух этапах? Первое – жилье. Второе – автомобиль. Третье – человек получает долю в работающем бизнесе, то есть пассивный доход. Четвертое – свою фирму, активно-пассивный доход. И при участии холдинга он дальше может строить свой бизнес. Единственной особенностью только, является то, что Вы можете проклонировать только свои предприятия, которые Вы создали сами. Вы не можете проклонировать фирму, которую Вы создавали изначально, ее клонирует кто-то из «обоймы». Вы отходите и клонируете предприятие, которое Вы создали в Симферополе один раз, так гласят правила.

Фактически холдинг на сегодняшний день дал очень большие привилегии людям, которые попадают в эти обойменные «девятки». Не более чем за два года получить такие блага – это большое достижение. Поэтому чтобы попасть в эту «девятку» нужно пройти крайне жесткий отбор. Нам нужны рабочие

люди, способные добиваться результатов, а не витающие в облаках гении, нереализованные и непризнанные никем. Мало того, мы должны на сегодняшний день сформировать такую стопорящую клавишу, чтобы не было пути назад. Нам надо сжечь мосты, для тех, кто решил добиться успеха. И вот этой стопорящей клавишей должны быть деньги. Для того чтобы попасть в эту программу они должны заплатить деньги. Если человек не заплатил деньги, чтобы попасть в компанию, то он очень легкомысленно относится к этому предложению. Он может завтра сказать:

- Я не хочу работать, мне надоело.

Поэтому сумма для кандидатов в компанию 500\$ будет в самый раз. Плати 500\$, и мы с тобой заключаем контракт на два года. В этом случае отношение к делу будет самое серьезное. Она, эта сумма, будет сдерживать человека от совершения каких-то негативных поступков в отношении себя. Мы показали способ построения малого и среднего бизнеса, который принесет Вам в ближайшем будущем большие деньги.

Немного о «Компасе»

А сейчас вернемся к системе «Компас», о которой говорилось раньше в наших статьях. Эта система уже действует. «Компас» - это система, которая позволяет сейчас решать любую задачу. На сегодняшний день этой системой может пользоваться любой деловой человек, она позволяет находить «транспортные цепочки» до любого человека, она позволяет реализовывать любые задачи, которые Вы перед собой ставите. К «Компасу» добавлена возможность онлайн-диалога друг с другом, добавлена связь – возможность пользоваться мобильным телефоном. Если Вы один раз заплатите 2000 гривен за коммуникатор и у вас есть на телефоне «Bluetooth», то вы получаете возможность бесплатных телефонных переговоров по всему миру. Это внутренняя структура системы «Компас». Используя Интернет-браузер, Вы совершенно спокойно можете получать и принимать различную информацию. Туда же в ближайшее время будут подгружены базы данных о деловом человеке. Любой работодатель,

имеющий доступ в систему, может публиковать там любые данные по специальной форме. Если эта информация окажется ложной, мы проверяем и убираем ее. Доступ в систему будет платным.

Эта компания должна заниматься подбором кадров в обоименную систему, то есть это должна быть фирма, которая необычна на рынке, она имеет такой вот огромный потенциал, в виде «Компаса», плюс она единственная на этом рынке представляет такие уникальные возможности.

Прийти с нулевого цикла, имея всего 500\$ и выполнить контракт с одной и другой стороны, и в течение двух лет получить квартиру, автомобиль, долю в работающем бизнесе и свою фирму. Это, по нашему мнению, очень интересное предложение. **Денежный взнос будет осуществляться только после прохождения тестирования.** Человек не прошедший отбор, к работе не привлекается. Мы не возьмем на себя ответственность под юридические документы в том, что мы этого человека доведем до цели в соответствии с контрактом, если у него нет способностей к этому виду бизнеса.

«Рентген»

Остановимся на теме «матрицы бостонской группы». Эта система у нас называется **«Рентген»**, она позволяет безошибочно подбирать людей в эти «обоймы». Собственно для этого эта система и создана. Но, скажем так, существуют определенные критерии – нельзя человека просто подбирать. Он, прежде всего, должен соответствовать определенным критериям. А для того чтобы понимать критерии, нужно понимать каких людей, в какое время нужно подбирать в эти фирмы. Ведь эта фирма, когда будет существовать? Вот, например, самая старая фирма для нее и люди нужны совершенно другие. То есть люди, работающие во вновь созданной фирме, крайне отличаются от людей фирмы, работающей давно на рынке.

Первая матрица это «звезда» пятиконечная. Это растущая фирма на высоконкурентном рынке. Здесь нужны люди креативные, умеющие самостоятельно работать, умеющие ломать рынок. Одним словом, эти люди любят решать нерешаемые задачи. Они решили задачу, и им становится грустно.

Когда же фирма образуется и наступает момент процедур, здесь совсем другие нужны люди, больше склонные к повторяющимся операциям. Назовем эту фирму «коровой». Разница между «коровой» и «звездой» огромна. Если этих людей переставить местами, они не смогут работать.

Первая часть «Рентгена» - профиль должности. Это значит, каким критериям человек должен соответствовать. Мы очень долго занимались подбором кадров. И вынуждены были создать свою систему подбора кадров, коренным образом отличающуюся от обычных кадровых агентств. В обычном агентстве говорят:

– Это хороший парень, его надо взять на работу.

Так вот у нас такого не бывает. Не бывает по одной простой причине. Проблема в том, что все агентства понятия не имеют в деле подбора персонала, никакого. Почему? Потому, что откуда им знать о должности директора? Начинаем интервьюировать подобранного кадровым агентством человека, и выясняется, что он совсем не тот человек, т. е. он не разбирается ни в чем. Мы решили создать свой продукт, который сейчас и обсудим с Вами, потому что он понадобится Вам для работы. Продукт этот называется **«Рентген»**. А «Рентген» это такая потрясающая штука, которая позволяет безошибочно в трех ипостасях создать образ сотрудника. За тридцать минут сказать, может ли он работать на этой должности и за тридцать минут выяснить, как ему создать комфортные условия труда. Таким образом, мы разбираем первую часть «Рентгена» - **профиль должности**. То есть, каким этот человек должен быть. Чтобы разобраться в профиле должности для этого нужно понять движение – двигательный навык, к какому типу действий человек склонен, и это надо выяснить. Если ты задаешь ему первый вопрос:

- Вам поставлена задача, подобрать персонал в Вашу фирму.

Такой вопрос проясняет, как Вы будете действовать в данной ситуации. Но действия у людей бывают рефлексивные, активные, пассивные, аналитические. Так вот здесь, в первом случае, какие действия нужны? Фирма у нас новая, активно развивающаяся. Я думаю, это будут активные действия. Нам нужны активные люди. У человека, пришедшего в эту компанию должна преобладать активность. Характеристику такому человеку мы должны дать следующую – склонен к активным самостоятельным действиям. Этот ответ совершенно становится очевиден сразу после того, как он Вам ответит, как он будет действовать. Совершенно четко можно сказать, к каким действиям склонен этот человек. То есть нам нужен человек, который скажет сразу:

– Надо действовать, мне сложно объяснить, как, но надо дело делать.

Вот такой человек нам нужен сегодня. И если этот человек проходит первый вопрос, то иногда второй вопрос задавать нет никакого смысла.

Второй пункт, который нам надо выяснить для работодателя каким путем человек идет к достижению цели, **процедурным или возможным**. Если человек ищет возможности для достижения цели, это один тип человека, если он склонен к процедурному характеру, выясняет, как это принято делать и тому подобное, и пытается повторять то, что принято в компании – это другой тип человека. Так вот здесь, какой тип человека нам нужен? Я думаю, нужен человек **возможный**. Если человек осторожный, начинает выяснять, как это все делается в компании, то для этой работы он в этой фирме нам не нужен.

Какой вопрос надо задать этому человеку, чтобы выяснить, как он будет действовать. Этим вопрос может быть такой:

- Как Вы проведете важные переговоры?

Человек процедурный совершенно спокойно ответит:

- Я выясню, я сделаю, я пойду, спрошу у директора. Если же человек говорит:

- Я готов к любым переговорам.

Такой человек ищет возможность выполнить дело. А если же человек говорит, что мне нужно изучить, подумать, подготовиться, он уже подходит к другому типу работы и ставить его нужно именно туда.

Третий момент: сходство – различие. То есть к чему человек склонен к сходствам или к различиям? Если человек ищет сходство, то попадает в одну из когорт влияния. Человек, ищущий сходства – это деятель, это созидатель. Человек, ищущий различия – это контролер, надзиратель, судья. Как вы думаете:

- Вот в эту фирму можно надзирателя поставить?

Ответ напрашивается сам по себе. Здесь не нужны надсмотрщики и надзиратели. Здесь нужно ломать рынок. Здесь пока нечего делить, денег нет. Здесь контролировать нечего в этой фирме. Здесь ничего еще не создано. Надзиратель здесь заскучает, у него не будет работы.

А вот в старой фирме он будет на своем месте, там есть, что контролировать.

В первой фирме, люди креативные, они не любят, когда их контролируют, в то время, когда они дают результат «на гора». Его будут спрашивать:

- Кто ты такой, что ты на самом деле умеешь делать?

Вот как важно в профиле должности уметь разобраться, что вот сюда нельзя этого человека, ни в коем случае поставить. Потому, что завалит нам всю работу.

И вот вопрос, который можно задать для определения сходства – различия:

- Сравните, пожалуйста, Вашу специальность с реальной работой. Или, сравните Ваше последнее место работы с предыдущим.

И если человек начинает говорить, что они похожи, то он ищет сходство, если же он говорит, что они различаются тем-то и тем-то, то он ищет различия. Значит, и использовать этих людей нужно в разных фирмах.

Четвертый момент – процесс – результат. Вот в фирму начинающую бизнес, какого человека надо поставить? Конечно человека – результат. И чтобы выяснить, к чему человек больше склонен к процессу или результату, существует вопрос:

- Представьте себе, что Вы собираетесь в отпуск, как бы Вам хотелось, чтобы он прошел?

Если человек говорит:

- Что на сто процентов буду отдыхать за рубежом, и я должен увидеть там то-то и то-то, получить в конце отпуска то-то.

Такой человек склонен к результату. А если он говорит:

- Мне бы хотелось, чтобы отпуск прошел безболезненно, я не выпал бы из обоймы команды, чтобы я какое-то время отдохнул здесь у моря.

Все - такой человек склонен к процессу.

Пятый момент – одиночки – команда. В первом случае нам нужны одиночки, которые любят работать самостоятельно над достижением цели. А команда нам понадобится на втором этапе, когда мы будем вторую линию подбирать, здесь уже нужны командные игроки.

Вопрос, который позволяет определить этот критерий у человека, может быть выглядеть так:

- Опишите самое большое достижение в Вашей карьере.

Если последует ответ:

- Я руководил командой, которая достигла таких-то результатов.

Этот человек - менеджер.

А если он говорит:

- Я лично создал систему, которая позволила всей фирме дать что-то.

Он одиночка, свободный игрок.

Шестой момент – содержание – окружение. Что человек в работе больше любит? Содержание самой работы или мнение окружающих о его деятельности. Вот на первом этапе нужны люди с содержанием, а не с окружением. Начало нового биз-

неса всегда эксперимент. А во время эксперимента нужно работать на результат. Слушая окружение, этот человек однозначно попадет впросак.

Если же фирма уже развита. Человека можно ставить референтом и он пойдет искать свое окружение, и он будет вполне комфортно себя чувствовать.

Вторая часть «Рентгена» – вопросник и проективное интервью

Дальше все это проверяется ***в проективном интервью***. Проективное интервью состоит из 16 вопросов, и оно позволяет проверить все те данные, которые Вы получили из этого опроса, когда Вы проверяли, к какому типу личности относится этот человек.

Допустим, Вы получили того человека, который Вам необходим, и надо начинать работать. Но существует «Но». Теперь мы подходим к самому важному вопросу из всего этого. Дело в том, что Вы вряд ли сможете найти идеальных людей на эти места.

Третья часть «Рентгена» – определение психологически-функциональных характеристик человека для создания ему наиболее комфортных условий труда

И существует третья часть «Рентгена», так называемый ***третий ключ***, который позволяет по определенным характеристикам создать наиболее комфортные условия труда для тех людей, которых Вы отобрали. То есть Вам необходимо на сегодняшний день просто подобрать наиболее близких, на основе характеристик, людей и поставить их в те условия труда, научить их тем действиям, которые их приведут к успеху, к самореализации. Для этого и существует ***третий ключ***, который позволяет по определенным целостным характеристикам человека объяснить ему, как раскрыть его потенциал. После этого человеку нужно показать, как люди с похожими психологически-функциональными характеристиками, используя те действия, которые заложены в третьем ключе, уже добились успеха. И ему

просто надо смотреть на этих людей и равняться на них, идти к своей цели, получая такие же результаты, как и они.

Попробуем применить третий ключ. Итак, допустим, что Вы мужчина, тридцати трех лет. Знак зодиака - Рак. Что должен сделать искомый Рак, чтобы получать, то, что он хочет в жизни? Он должен ставить себе авантюрные, нерешаемые задачи. И, закидывая всех шапками идти к цели.

Первое – наиболее комфортный уровень – авантюрные, нерешаемые задачи. И на таком уровне к этому Раку успех придет сам по себе. Хочет он этого или не хочет. Он очень комфортно себя чувствует в этих условиях.

Второе, допустим, у Вас серо-зеленые глаза. По теории Макарова серо-зеленые глаза работают тогда, когда видят в конечном итоге большую прибыль. А тут еще и Рак, поэтому впереди должно быть довольно большое материальное вознаграждение.

Третье - у Вас прямой нос, Вы любите многовариантность.

Четвертое – у Вас уши средние, слегка оттопыренные, значит, Вы любите творчество. Вы подходите ко всему творчески.

Реанкарнационная ступень – мама у Вас, допустим, госслужащая, папа – предприниматель, наверное, духовное лидерство. Теперь понятно, как Вам сейчас надо создавать комфортные условия труда. Прийти к деньгам через авантюры и шапкозакидательство, всегда рассматривать множество вариантов решения задачи, выбирать самые авантюрные и прямолинейные цели, подходить ко всему творчески и всегда действовать в соответствии со своими духовными внутренними принципами. Вот что необходимо руководителю сделать, чтобы Вы максимально себя реализовали.

Тому же можно научиться делать и Вам.

Таким образом:

Первая часть «Рентгена» дает возможность нам прописать, кто же нам собственно нужен.

Вторая часть «Рентгена» разделенная на две подчасти – вопросник и проективное интервью позволяет выяснить те качества, которыми обладает человек и отобрать наиболее близких к этой должности по профилю людей.

Третья часть «Рентгена» позволяет найти ключ к их наиболее комфортному пребыванию в структуре компании.

Так работает эта система – быстро и эффективно. Вот Вам, пожалуйста, отличная на сегодняшний день методика подбора кадров.

А теперь настало время разобраться, где же эти кадры подбирать?

Где найти кадры

Первый способ. Для начала мы разгоняем информационный поток и ищем их среди своего окружения, и из окружения своих окружений, и окружений их окружений, создаем транспортные цепочки.

Второй способ. Через кадровые агентства, Интернет. У Вас есть критерии. Изучаем двигательные реакции. Задаем вопросы человеку по телефону, спрашиваем, актуален ли для него на сегодняшний день этот вопрос. Если – да, Вы представляетесь, из какой Вы компании и спрашиваете, позволит ли он задать ему два вопроса. При положительном ответе – задаете их. Например:

- Вам поставлена задача создания филиала в г. Симферополе.

Если по двигательной реакции он Вам подходит, то Вы можете с ним продолжать работать дальше. Если не подходит – прощаетесь и кладете трубку. И так можно продолжать неоднократно. Взяли самые нужные резюме, скопировали себе в «Word», прозвонили, выбрали двоих, пригласили на беседу и работаете с ними.

В кадровом агентстве: по двигательной реакции человек проходит, беседуем дальше, не проходит, прощаемся.

Есть несколько категорий людей. Например, назовем их условно людьми «желтого типа», это не цвет кожи, а просто оп-

ределение. Так вот люди «желтого типа» они больше будут делать для других, чем для себя. Это чемпионы мира по обниманию. Это люди, которые будут больше работать не за деньги, а во имя совершения блага для кого-то. Если Вы попросите его о помощи, этот человек будет с Вами работать, зная, что он помогает Вам или кому-то. Вот как раз такой тип человека очень подходит для сбыта, распространения. Лидер такого типа, знающий огромное количество людей, любящий разговаривать с этими людьми, любящий помогать этим людям, крайне интересен нам.

Второе. Человек – администратор, человек который контролирует ситуацию, ведет переговоры.

Третье. Человек – исполнитель. Нам нужен человек – детектив. Нужен хороший оперативник. Его нужно найти в Севастополе, который проводил бы эти расследования. Надо брать человека, который уже ушел со службы. Получается такое кадрово-детективное агентство. С программой «Карьера плюс» оно должно быть эффективным.

Следующий этап – подбор офиса. В компьютере это все тоже есть.

Затем надо правильно сформулировать задачу программисту, для подготовки Web терминала. Всех остальных выстраиваем через обойменную «девятку».

Вот так, примерно, и решаются задачи по созданию новой фирмы на базе вышеизложенного материала.

К ЧЕМУ ПРИВОДИТ НАША САМОУВЕРЕННОСТЬ НА РЫНКЕ

К нам обратилась известная в своей области бизнес-леди, работающая в Украине и за рубежом, оказать ей помощь в решении ряда проблем, возникших у нее в последнее время.

Надо сказать, что это была женщина с устоявшимися определенными взглядами на жизнь и ведение бизнеса. Не первый раз сталкивавшаяся с проблемами, которые до сегодняшнего дня она успешно решала сама, и как ей казалось, способы решения

этих проблем были и есть неизменны. Однако жизнь показала, что все течет, все изменяется. И решать проблемы по-старому, используя ежедневные знакомства, сегодня уже нельзя. Мир стремительно меняется и это надо учитывать в работе. И вот эти нерешаемые задачи привели ее в фирму Европейская адвокатура.

Решила наша бизнес-леди приобрести автомобиль, довольно дорогую иномарку, путем получения кредита в «Надра» банке. Особенностью кредита был первый нулевой взнос. То есть Вы приобретаете автомобиль, путем оформления ряда документов, в том числе, и заключив договор с банком.

Не считая нужным ознакомиться с имиджем банка, а, выбрав его только по интерьеру, не вчитываясь в договор, который ей предложили подписать, не обратив внимания на детали ввода штрафных санкций и возможности изменения процентной ставки, она смело поставила свою подпись под договором. После чего поставила автомобиль на учет в местном МРЭО ГАИ и получила свидетельство о регистрации с небольшой пометкой внизу, о том, что автомашина приобретена через кредит банка «Надра». Вот, пожалуй, и вся информация, которая была получена от клиентки.

Детективная история развернулась после того, как бизнес-леди с удивлением узнает, что банк без предупреждения изменил процентную ставку в сторону, конечно, увеличения. Естественно, переплата за стоимость автомобиля тоже возросла.

Недолго думая, владелец автомашины в одностороннем порядке нарушает подписанный договор с банком, и прекращает выплаты долга за автомобиль. Кроме всего, она покидает пределы страны на неопределенное время.

Банк, со своей стороны, не получая платежей, через суд, проходивший заочно, конфисковывает несчастный автомобиль, снимает его с учета в ГАИ и выставляет штрафные санкции клиентке. Решение суда доводят до бизнес-леди под роспись. Все, дело, как говорится, сделано. Время, отводимое по закону на пересмотр дела, по вине клиентки тоже просрочено.

Все попытки, что-то изменить в свою пользу не приводят к положительным результатам.

С завидным упорством бизнес-леди продолжает не выполнять решение суда, и не платит по исполнительному листу. Она считает, что ни в чем не виновата и просит любыми способами наказать банк и снять с себя санкции суда. Ей кажется, что дело довольно простое. В настоящее время она занимается поиском другого банка с целью заключения нового договора для погашения кредита, не совсем понимая того, что с одной стороны машина уже принадлежит банку «Надра» ее же стараниями. А с другой стороны – она должна выполнять решение суда.

Но самое интересное, все, что мы услышали, это лишь слова человека, попавшего в беду. Как было на самом деле, предстоит еще разбираться. Пострадавшая почему-то забыла принести на встречу само решение суда, без которого сложно что-то сразу решить и посоветовать.

Кроме того, женщина обвиняет банк в незаконном изъятии у нее регистрационного талона (техпаспорта) на автомобиль, который она, кстати, добровольно вернула банку, о чем сейчас, соответственно, очень сожалеет.

Необходимо заметить, что как только клиентка заключила договор с банком и зарегистрировала свою машину в ГАИ, получив регистрационное свидетельство с отметкой о покупке автомашины через кредит банка «Надра», до выплаты последнего взноса, автомобиль и ее владелец находятся под пристальным вниманием, как банка, так и органов ГАИ. Затем после погашения кредита банк выдает своему клиенту, не бесплатно, справку о погашении кредита, которую надо возить все время с собой. Далее клиенту предоставляется выбор – либо получать такую справку, либо заменить свидетельство о регистрации автомашины на новое, уже без такой пометки внизу. Кроме того, наша клиентка понятия не имела о том, что банк имеет полное право до выплаты задолженности по кредиту ежемесячно проверять через своих сотрудников наличие и состояние автомобиля со снятием километража со спидометра. Для чего клиент обязан ежемесячно подписывать такой акт осмотра.

Естественно клиентка ничего об этом не слышала и не выполняла данных требований. Кто здесь виноват, тоже предстоит еще разобраться.

В настоящее время машина находится на стоянке банка под его охраной.

Опытный юрист фирмы Европейская адвокатура предложил клиентке для начала представить решение суда. Затем написать заявление о пересмотре дела. Вопрос решаемый, но предстоит все подробно изучить: сам договор, описывающий штрафные санкции, решение суда и другие юридические тонкости, которые не всегда лежат на поверхности.

Согласившись с предложениями юридической фирмы, бизнес-леди продолжала настаивать на том, что во всем виноват банк, что продавец имел право в течение двух месяцев реализовать автомашину и вернуть себе деньги, но он этого не сделал. Клиентка настаивала на проведении анализа юридической фирмой, упомянув, что для себя она уже все решила, для того чтобы убедиться, кому же сейчас в действительности принадлежит автомашина? Если ей – это один вариант, если владельцем является банк, какие к ней могут быть претензии и зачем ей платить такие большие деньги, в виде штрафных санкций.

На вопрос юриста, приносили ли ей исполнительный лист, клиентка ответила положительно, и добавила, что она написала еще дополнительно объяснительную записку.

Юрист: - Зачем?

Клиентка: - Они ее у меня выпросили, о чем я сейчас очень сожалею.

Чувствуется, что бизнес-леди уверена в своей правоте и считает, что ее попросту обвели вокруг пальца.

Вот такая получилась проблема, лишь из-за того, что человек подписывая договор с банком, практически его не читал, и когда банк изменил процентную ставку в ходе выполнения кредитных обязательств, кстати, прописанных практически в договорах всех банков, начинает совершать ряд нелогичных действий, приводящих к большим экономическим потерям.

Большинство людей не очень задумываются над выполнением правил игры на рынке, считая, что все можно, как и раньше, исправить оплачиваемыми не вполне законными действиями. Результат всего этого мы видим на данном примере. В последствии наша клиентка представила еще несколько своих проблем, сложных, но решаемых, и беседа переключилась на формы оплаты труда специалистов, которые будут помогать ей решить все ее проблемы.

И вот здесь в полной мере проявилась ее упорство в отстаивании своих взглядов на данную проблему.

- Мне нужен конечный результат и самое простое решение, которое сработает один раз и достаточно, - заявляет она.

Представитель Европейской адвокатуры предложил комплексное решение проблемы с задействованием лучших специалистов, имеющих возможность решать любые задачи, в том числе и нерешаемые. В качестве примера был приведен случай, когда для решения проблемы в ночное время был поднят весь город, однако возникает резонный вопрос, кто будет платить этим людям, бросивших свои квартиры, и, несмотря на ночное время, по первому требованию готовых приступить к выполнению задачи.

- Нет, это неправильно, нужно платить только за конечный результат, - возражает клиентка.

Представитель фирмы Европейская адвокатура доводит до клиента правила, по которым они работают на рынке, в соответствии с уставом фирмы. По другим правилам эти специалисты не будут работать, так как им запрещено это делать иначе. Никто не станет даже подниматься из-за стола, и что-то делать для незнакомого человека просто так, бросив всю свою работу. А работы сейчас предостаточно. Подчеркивается еще раз, что это мнение Совета Директоров фирмы. Созданная фирма и структура может работать и решать нерешаемые задачи, делать ту работу, которую не в силах выполнять другие фирмы, но это все стоит больших денег.

- Что в Вашем понятии есть результат? – спрашивает представитель фирмы. И сам же отвечает на поставленный во-

прос. Может быть разное понятие результата. Например, вывести из состояния «агрессии», из состояния «цемента» Вашу проблему, это ведь тоже результат? Было вот такое состояние, граничащее с полным провалом, а теперь вот такое – дающее возможность двигаться дальше.

Каждый шаг должен быть оплачен, так как действия, предпринимаемые нашими помощниками, стоят денег. Далее приводится еще один пример с организацией продаж срубов домов фирмой «Русь», которая прибыла в Крым заниматься этим бизнесом. Но у них ничего не получилось. И тогда была предложена система выхода из этой ситуации с продажами. Были привлечены самые лучшие специалисты, которые высказывали свое мнение, провели анализ и создали систему. Но для этого надо было поработать и не один день. За эту работу фирма «Русь» платила деньги. А когда появился первый результат – они заплатили отдельно и за него. Таким образом, чтобы система заработала, чтобы исполнялись заказы необходимо их разбивать на цепочки. Допустим, существует человек, принимающий решения на определенной стадии работы. Существует человек, который исполняет эти решения. Существует человек, который контролирует эти решения. Допустим, они находятся в Киеве. Но точно такие же люди нам нужны и в Симферополе, и в Севастополе. На каждом уровне эти три человека не знакомы между собой. Нам надо поехать в Киев и встретиться с ними, но с каждым отдельно, и они не должны знать, что мы сотрудничаем с ними с тремя одновременно. Так как с ними встречаются наши сотрудники каждый отдельно с каждым. И тогда система сработает лишь по одному щелчку мобильного телефона, в данном случае заместителя руководителя фирмы Европейская адвокатура. Эти трое тоже сделают три звонка и решение на этом уровне принято. Таким образом, пройдет, полгода и Вам дадут кредит в банке именно по такому способу и у Вас не будет с этим никаких проблем.

Удивлению клиентки нет предела, зачем задействовать столько людей. Ведь по ее мнению можно обойтись и одним человеком.

Можно обойтись и одним человеком, однако гарантии решения вопроса не будет.

На практике выясняется, чтобы решить проблему необходимо задействовать девять таких человек. В этом случае начинает работать система. Таким образом, все 9 человек включены в схему и решают проблему на своем уровне схема эта включается одним звонком, точно также как и отключается.

По-моему клиентка пришла к выводу, чтобы решить все ее проблемы, нужны не отдельные звонки кому-то, а нужна система, которая создается фирмой и работает она по всем направлениям слаженно и с положительным результатом. Хотелось бы верить в то, что наши бизнесмены, попадающие в различные сложные ситуации, знали и понимали, каким образом решаются их проблемы, и кто фактически сегодня может их решить.

В чем разница между американской компанией «Intway» и «Обоймой»?

Поговорим сейчас о действующей на рынке Интернет-компании «Intway». В чем сущность ее деятельности, как она работает и что дает потребителю на самом деле. Чем отличается от нашей «Обоймы».

Так вот, пакет компании «Intway» стоит сейчас 300\$ и включает в себя:

- 4 сайта с конструктором;
- респоиндер (10 автоответчиков, позволяющих делать рассылки в Интернете);
- магазин;
- почтовый сервис;
- дневник.

Итак, что мы имеем за 300\$ в год? Мультиплицируем ситуацию и возьмем из расчета предложений менеджера «Intway» 600 \$ (цифра делится на команду), это приблизительно 3000 гривен.

В этом случае мы имеем:

- 8 сайтов;

- 20 автоответчиков (по 10 в обойме);
- 2 магазина;
- 2 почтовых сервиса;
- 2 дневника.

Что касается дневника его можно использовать в бизнесе, но сложно, нужно уметь как?

Респондер – то же самое.

Далее - 4 сайта (первый случай). Сайты должны быть продающие, но они на сегодняшний день информационные. А продающие сайты еще нужно делать.

Магазин позволяет осуществлять покупки только в системе «Intway», а если не в системе, то нужно заниматься конвертацией денег с определенными потерями.

Вот эту всю армию мы имеем в виртуальном варианте, и ее надо заставить работать.

Для этого необходимы:

- знания;
- время;
- сайтостроение.

Никто не собирается давать Вам эти знания. Вам расскажут, в лучшем случае, как привлекать людей в эту сеть, а как вот этим всем пользоваться, никто Вам не собирается рассказывать. Получай книги, читай, изучай. С этими книжками программисты разобраться толком не могут. Эти книжки из Москвы идут 40 суток, и они не в электронном виде, а в бумажном. Сами книжки написаны безобразно, программисты работают с ними методом тыка, пока разберутся, что к чему. Простой же человек может разобраться только с конструктором.

Вот эти все инструменты мертвые. Никто учить Вас этому не собирается. Все это стоячее до того момента, пока Вы не освоите сайтостроение. Мало того. Надо разобраться в доменах. Что такое домен 2-го уровня? Домен 2-го уровня – это так называемый прямой адрес. Сейчас в качестве эксперимента наш «Компас» запущен на домене 1-го уровня. В будущем мы перейдем на домен 2-го уровня.

Серьезные люди в Интернете с доменами 1-го уровня не работают. Это считается дурным тоном. Серьезные фирмы, когда видят домен 1-го уровня, считают, что есть хорошие парни, с хорошими мозгами, но у них нет денег.

Вам дополнительно необходимо выучить:

- копирайт;
- электронные платежи;
- систему маркетинга в Интернете.

И еще ряд любопытных вещей, которые будут Вам встречаться по ходу, о которых мы пока не знаем. Таким образом, суммарная стоимость таких знаний составляет примерно 1000\$.

Для того чтобы заказать книги ко всему этому, скачать это, взять специалистов, чтобы они все это разжевали каждое слово, нужна именно такая сумма.

Итак, пакет «Intway», его стоимость, увеличивается еще на эту сумму и составляет 1600 долларов США. И вот когда Вы получите все эти знания, потратите год времени, то, наконец, станете Интернет-коммерсантами.

Но у каждой темы есть еще такой момент, который называется – время реакции, время раскрутки тем, которые Вам предложат. Плюс сюда нужно приобрести домены 2-го уровня, стоимостью 25\$ каждый. То есть Ваш домен 1-го уровня играть не будет. И вот с этих 25\$ Вы можете стартовать, а все что Вам дали совершенно не нужно, кроме респондера. А вот, что Вам нужно: хостинг и 25\$ за домен 2-го уровня. Притом, если Вы будете делать 4 темы, то Вам понадобится уже 100\$. Но пока мы исходим из одной темы.

Теперь мы посмотрим, чем краеугольно отличается обойменный метод от вышеуказанного. Допустим, мы имеем разбег 600\$ и обладаем таким инструментом, как «Компас». Обойменный метод позволяет:

1. Стартовать с суммы в 30 \$. Достаточно иметь пакет «Компас» на 3 месяца для того, чтобы за эти 3 месяца разогнать информационный поток. Получить большое количество людей, и зарабатывая деньги, решать все эти задачи.

2. «Обойма» - вечна, в отличие от «Intway». Даже если в «Обойме» выпадают диагональные связи, то в освобожденные клетки подставляются следующие кандидаты. Таким образом, имеем поточный метод поднятия «патронов в обойме». Даже если Вы выкинете всю «девятку», освобожденные места в ней Вы замените в течение одной секунды.

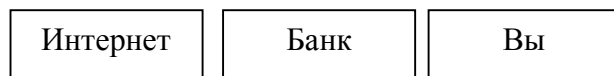
3. «Обойма» позволяет раскручивать любую местную тему.

4. «Обойма» позволяет работать на реальном рынке, а не на виртуальном, как в «Intway».

5. И при правильном подходе «Обойма» может являться «монстром» в буферной зоне.

Что происходит? Вот Банк, Интернет в котором Ваши деньги.

Рис. 1.



Между Вами и Интернетом стоит Банк, который всегда получает свои 1.5%. И никуда от них Вы не денетесь. Так вот Вы – «Обойма» стоите сейчас в том же месте, где расположен Банк.

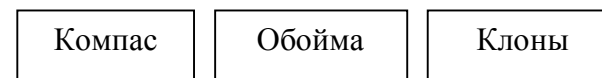


Рис.2.

Таким образом, Вы имеете «Компас» на месте Интернета, «Обойму» на месте Банка, Клоны фирм на Вашем месте, и являетесь и Банком, и «Intway», и по системе доходов находитесь в реальном мире.

Здесь Вы владеете всеми тремя частями: пассивным доходом, активным доходом на линейном рынке, и активным доходом на интернативном рынке. Таким образом, Вы участвуете везде.

Что касается «Intway», здесь Вы не Банк, Вы не «Intway», который создал все это. Вы только предназначены для того, чтобы носить деньги главе фирмы «Intway». Именно только для этого. Вы, как, преданные фюреру солдаты должны носить деньги владельцу, так происходит и с теми людьми, которых Вы успели привлечь (отрекрутировать в эту сеть). Вот что получает обычный рядовой пользователь.

Другое дело, когда человек задает себе вопрос:

- А как я это могу использовать лично для себя?

Это совсем иной подход. Попробуем использовать «Intway», как рычаг для решения Ваших личных задач. Взяли платформу, взяли свои продукты.

Но и здесь есть огромная проблема. Ведь все люди разные. Здесь можно идти двумя путями:

Первый – можно купить пакет «Intway» самому, это не самый лучший вариант.

Второй – Вы занимаете эти 300\$, но для себя. В этом случае этот бизнес будут делать для Вас, т. н. «инженеры», а Вы представляете только свой пакет. У меня будет пакет с моим паролем и моим входом. И люди захотят использовать мою платформу для того же «Трибунала», например, или для какой-либо другой темы. А они появляются каждые два месяца. И тогда Вы становитесь полноправным совладельцем бизнеса. И Вы не будете учиться ни чему, Вы просто купили магазин и отдали его, например, строительной компании, владельцу офиса, владельцу магазина, поставщику обуви. Вы войдете туда третьим. Далее Вы покупаете пакет, так как Интернет вездесущ, и Ваши друзья сделают это в Москве. И Вы будете первым там, и будет деньги зарабатывать. Вы не будете ничего делать. Вы вложили 300\$ и сдали себя и свою платформу в аренду. Программисты вычистят весь этот «Intway» и Вы разместите «Бизнес-компас» или «Трибунал», а можете и то, и другое. Теперь московская платформа Ваша и Вы будете там первым и заработаете деньги.

А вот если Вы купите пакет «Intway» и будете в нем разбираться – это все длинные деньги.

Для того чтобы стать специалистом в какой-то области, необходимо потратить определенное количество времени. У бизнесмена нет времени становиться специалистом во всех областях. Кто это делает, допускает главную ошибку, но обычно ее допускают очень многие люди. Бизнесмен он и называется бизнесменом, потому что умеет задавать себе вопрос:

- А ведь это до меня кто-то уже делал?

Он знает, каких специалистов и куда ставить для того, чтобы они выполнили эту работу вместо него. Если же он совершает бездумную покупку, то сразу начинает думать, как все это использовать для себя. Что он может сделать теперь в этой ситуации. Любая ситуация – влево – отрицательная, вправо – положительная. И нет проблем.

Гораздо обиднее, когда люди становятся в строй просто, не задумываясь, и решают тактическую задачу, получив какое-то облегчение или удовольствие. Хотя на самом деле, как можно действовать в этой ситуации?

Давайте, разложим 600\$ (3000 гривен) на то, на что можно потратить их с умом. Итак, Вы покупаете пакет, Интернет у Вас бесплатный. Покупаете коммуникатор – 2000 гривен. Через «Bluetooth» законектились – это телефон. Интернет постоянно с Вами. Можно работать совершенно спокойно. У нас еще 1000 гривен. 150 гривен Вы потратите на приобретение «Компаса». Так как у Вас Интернет все время с собой Вы можете забивать в «Компас» каждое новое знакомство. Поэтому Вы видите все связи, видите транспортные задачи. И когда Вам надо решать задачу поиска клиентов или еще что-нибудь, Вы будете решать их очень быстро, не дожидаясь, когда пройдут эти три месяца. Вы не ждете, когда придут по почте книжки, Вы формируете свое окружение грамотно, целенаправленно с умом. Вы становитесь вершителем своей реальности. Мы живем в реальности, которую сами формируем. Вот что происходит в данный момент времени.

У нас еще остается 850 гривен. Итак, Вам нужно теперь построить тему. Она будет называться, например: продажа компакт дисков. Будем продавать аудиокнижки по личностному росту. Выберем серьезных авторов, со всеми правами и начнем нормально торговать.

Но для этого нужна «девятка». Поэтому Вы пойдете путями, описанными в предыдущих главах, где сказано, как это все делать. Допустим, Вы оплатите 350 гривен за работу кадрового агентства. Выстраиваем схему «девятки»: сбыт, секретарь, поставка. Дополнительно Вы покупаете еще себе жесткий диск за 180 гривен на 60 Гб, который будете носить с собой в сумочке, для использования по необходимости. При умелом подходе «девятка» выстраивается совершенно спокойно. Потом Вам это надоедает, т.к. здесь у Вас все работает само по себе, и Вы создаете другую «девятку». Клонировав эту фирму в Симферополе. То же самое Вы делаете и в Киеве. И так как у Вас «Компас» с собой постоянно, то у Вас нет проблем с подбором людей. Вы их сознательно формируете, знакомитесь с новыми людьми, и сразу же забиваете их в «Компас» с их возможностями. По принципу: сфера деятельности, должность, номер телефона, E-mail. Обычно

эта кадровая задача выводится на принтер. Получается примерно 30 листов. Вы начинаете выбирать путь, он, например, состоит из трех человек, другой путь – из шести человек, больше плечо рычага. Каждому ставите задачу, и у кого получился результат на ту тройку, и выделяете деньги, так как Вы распорядитесь кредитом.

Итак, что мы имеем:

«Intway»	«Обойма»
1. Вы имеете аренду инструментов за 300\$.	1. Мы имеем бизнес нами контролируемый.
2. Сюда нужно привлечь минимум 5 человек, которые бы заплатили по 300\$ каждый, чтобы вернуть деньги, вложенные за аренду.	2. Имеем возможность клонировать бизнес.
3. Нужно иметь возможность учиться работать с этими инструментами на протяжении года, заплатив 1000\$.	3. Имеем возможность создать новый бизнес.
	4. Имеем коммуникатор на руках, наш собственный.
	5. Имеем возможность с помощью «Компаса» сознательно формировать свое окружение и решать те задачи, которые мы считаем необходимыми.

Великие лидеры создания сетевых программ ругают, так называемый «Бинарный план», включающий метод манипуляции и бесчестной игры. Вы имеете арендуемый бизнес-центр, пройдет год и у Вас заберут этот бизнес-центр.

Чем же отличается система «Intway» от «Обоймы»? Любая многоуровневая система от «Обоймы»?

Тем, что это линейный бизнес, он знаком нашему человеку, он не пугает человека.

Самое главное это то, что здесь в «Intway» дублируется успех людей. Что такое многоуровневый бизнес? Это вот что: я достиг успеха, а Вы спрашивайте и повторяйте, что я делаю, и тоже достигните успеха. Потом находите такого парня, как Вы, он повторяет то, что делали Вы и тоже достигает успеха. Здесь дублируются люди, успех людей.

А что дублируется в «Обойме»? Она движется одновременно в трех направлениях – карьера, клонирование бизнеса, создание бизнеса.

Фактически войдя в «Обойму» Вы уже 3 фирмы создали. Теперь Вам нужно упереться год, второй, и Вы богатый обеспеченный человек с пассивным доходом, с квартирой, с машиной и это реально. Здесь за Вас работает бизнес, а там Вы работаете на бизнес. Использование инструмента «Intway» для бизнеса это – плюс, использование Вас системой «Intway» в качестве рекрута в «Бинарный план» - это минус.

Вы попадаете в петлю захвата маятника и там живете. У маятника два принципа:

- первый принцип, делай, как я;
- второй принцип – сохранение структуры.

Поэтому они будут ходить к Вам, звонить, но если Вы уже у них, то интерес к Вам сразу же пропадает.

И только после того, как Вы осознаете всю неприятность момента, и зададите себе вопрос:

- Как я все это могу использовать для себя лично?

Вы поймете, что в принципе ничего плохого в этом «Intway» нет, только принцип должен быть другим.

КАК СОЗДАЕТСЯ РЕЗУЛЬТАТ

Мы продолжаем беседовать с руководителем спецотдела «In Det» консалтинговой группы Европейская адвокатура по одному из важнейших вопросов, как получить положительный результат в ходе своей деятельности, что для этого нужно делать и как. И наоборот, как избежать неприятностей в бизнес-деятельности в настоящее время, и что необходимо учитывать.

«Итак, сегодня мы откроем тот инструментарий, с которым мы работаем, то есть за счет чего создается результат? Ни в одной книжке этого ответа на сегодня нет. Те, кто умеет делать «как», обычно не делятся своими секретами, потому что это их бизнес. Потому что они первые и они лучшие. Те люди, которые знают «что» делать, обычно не знают «как».

Сегодня мы на примере построения второго состава подразделения «In Det» консалтинговой группы «Европейская Адвокатура» попытаемся объяснить, что мы даем нашим сотрудникам в руки для того, чтобы они достигали потрясающих результатов.

Коснемся трех тем:

Первая тема – «Принципиальные приемы».

Это крайне любопытная тема, которая на сегодняшний день в принципе не рассмотрена ни в одном деловом издании, в силу того, что никто над этим сегодня всерьез не задумывался.

Чем же мы отличаемся от всех остальных, и почему наша система остается эффективной.

Вторая тема – «Перестраивание образа жизни».

То есть программирование своего мозга, создание установок в голове человека, позволяющих достигать делового и финансового успеха.

Третья тема – «Как мы готовим людей».

Начиная от первого собеседования и заканчивая созданием готового эксперта проектной группы, менеджера проектной группы, директора компании.

Принципиальные приемы

Существуют неписанные законы. Выполнять их – значит идти в ногу со временем, не выполнять эти законы, значит, поставить задачу на грань срыва.

Для того чтобы понять, для чего нужны «Принципиальные приемы» мы проведем такую аналогию. Дело в том, что на сегодняшний день существуют разные силы, воздействующие на рынок. И в свое время мы очень серьезно задумались, если взять, к примеру, рукопашный бой, чем русская система выживания в экстремальных условиях отличается от японской? Так вот – главное принципиальное отличие двух систем заключается в следующем:

- в Японии всегда существует рецепт на каждый случай боя. Об этом написаны целые тома, где совершенно четко расписано, что надо делать, если Вас ударили рукой. Вы можете противопоставить этому удару десять блоков, десять нырков, десять уходов с линии атаки. Если Вас ударили ножом, в Японии приведут десять приемов, как от этого удара защититься;

- в России система принципиально отличается от японской. Здесь работают приемы по принципу. Почему русские самбисты выиграли олимпийские игры у японцев, сразу же после создания самбо?

Дело в том, что модуль – «Принципиальные приемы» настолько эффективен, что у человека не забивается голова множеством технических решений. Человек лично под себя создает комплекс принципов на основе своих физических данных, кондиционных данных, психических данных, роста, веса и т.п.

Японцы учат многоходовости, «Ката», например, учит принципиальным упражнениям, которые и являются сплавом множества технических приемов. Тридцать движений в разных направлениях. То есть человек начинает в одной точке бить ногами, бегать влево и вправо. Все это Вы видели много раз в кино и по телевидению. Чего не бывает в русском стиле. Например, локоть человека двигается вот в таких плоскостях, развернуть его в иной плоскости невозможно, не получится. Далее выучили прием на кисть руки, тактику ухода с линии атаки. Разучили

скручивание внутрь – это базовый прием для всех остальных видов техники, которые существуют. Одним словом, выстраивают вот такие шаблоны и замыкают их по кругу. И у человека получается адаптированная под него боевая система. В результате мы имеем:

- великолепно отработанные технические действия.

«Принципиальный прием» принимаем на вооружение только тогда, когда он работает при любых обстоятельствах. Это главный принцип отбора «Принципиальных приемов» для любого дела.

Если такой прием при ведении переговоров работает постоянно, мы записываем его в свой актив и храним. Если же есть прием, который один раз получился, второй раз нет, затем снова получился – мы откладываем его в пассив, это вспомогательный прием. И вот так каждый человек набирает себе комплекс инструментов для ведения переговоров, проведения презентаций, судебных процессов, розыска граждан, которые работают в любой ситуации. Этот арсенал приемов может быть совсем небольшим, допустим 12-15 приемов, но все они ювелирны, отработаны до мелочей. Имея такой арсенал, человек может даже самого большого специалиста, как говорят, загнать в сумасшедший дом. И все это по одной простой причине, они, все его приемы замкнуты и работают по кругу, т.е. каждый прием есть продолжение другого, следующий – продолжение третьего, третий – продолжение четвертого. Получается практически бесконечная последовательность. Если не прошел один прием, проходит другой, не проходит другой, проходит третий и так далее. Кроме того, существуют диагональные связи в круге между собой.

Таким образом, каждый из приемов проходит в любой ситуации, и каждый является продолжением другого, а с учетом диагональных связей, приемов становится невероятно много. Имея даже 15 приемов в своем арсенале, можно получить количество комбинаций более 10 тысяч. Но ведь согласитесь, разучить 15 приемов гораздо легче, чем, например, 6 тысяч приемов в кино, 10 тысяч приемов каратэ.

Что мы из всего этого выигрываем - *время*.

Мы за очень короткий промежуток времени можем подготовить серьезного профессионала.

Итак, мы разобрались в «Принципиальных приемах»:

- *это приемы, которые проходят в любой ситуации (главный критерий);*

- *это приемы, которые сводятся в комплекс для одного конкретного человека;*

- *эти приемы должны являться каждый продолжением другого.*

Что позволяет нам эта система?

Она позволяет подбирать приемы в любой отрасли. То есть, имея определенные навыки, Вы можете самостоятельно отбирать приемы в любой отрасли, формировать их в комплекс, строить их по принципу – один есть продолжение другого и двигаться во всех направлениях.

Вы становитесь специалистом в любой отрасли за очень короткий промежуток времени. Приложив небольшое количество аналитических усилий, Вы становитесь именно специалистом, и именно в очень короткий промежуток времени.

Познакомимся с несколькими «принципами», которые одинаково хорошо работают и в теоретической механике, и в бизнесе.

Один из них принцип *модульности*. Принцип модульности позволяет выводить на орбиту бизнеса любые массивные организации. Этим принципом пользуются все физики мира, такие, например, которые вывели в свое время на орбиту космическую станцию «Мир». Как можно было вывести на орбиту такой огромный объект, как станция «Мир»? Только при помощи разбивки станции на отдельные модули. Выводя отдельные модули на орбиту, была построена станция «Мир».

Точно также и в бизнесе, если мы вывели на рынок маленький филиал фирмы, мы можем за короткий промежуток времени создать такую же громадину, как в примере со станцией «Мир».

Вот это и было заложено принципиально в нашу работу в Бизнес-Совете. Задача стояла такая – создать абсолютно мо-

бильную бизнес-структуру. Для этого было решено отказаться от стационарных компьютеров, проводной связи и перейти всем сотрудникам на работу с переносными ноутбуками.

В чем преимущество ноутбуков? В том, что это вещь личного пользования, ее нельзя конфисковать. Конституция Украины защищает права владельцев этих переносных компьютеров.

Далее, используя конструктор, фирма должна разбираться. Как в конструкторе «Лего», когда из небольшого количества деталей можно создать множество вариантов и наоборот.

Затем далее мы создали независимые подразделения. Такие, как на подводной лодке отсеки, задраенные на кремальеры. Каждое из таких подразделений являлось совершенно автономным и в финансовом плане, и кадровом. Они могли существовать самостоятельно, им не нужна была ни фирма, ни еще что-то. Сами подразделения, как работали, так и работают.

И вот из таких независимых блоков, используя принцип конструктора «Лего», можно построить любое количество вариантов. Все эти принципы заложены и в «Обойму», о которой мы говорили в предыдущих главах. При помощи этих принципов можно создать любое количество бизнесов, любое количество деловых мероприятий. Применяя эти принципы, оценивая информацию при помощи этих принципов, можно совершенно спокойно создавать любые системы, которые будут независимыми, самодостаточными и Вы можете передвигать их, как стратег, т.е. «выводить станцию «Мир», куда Вам нужно. На базе кадрового агентства Вы распыляете другие компании, потом происходит разрыв связей, достраивание структуры, и за очень короткий промежуток времени строится огромный бизнес из 10-20 предприятий. Они будут давать огромные деньги – это, так называемый, множественный источник дохода.

Как создается результат?

Можно создать фирму, которую затем нужно постепенно раскручивать. Мы создали юридическое лицо. Так, кстати, поступают все люди. Мы создаем фирме имидж, поднимаемся все

выше и выше, фирма становится все больше и больше. Но она одна. Если с ней, что-то случится, Вы останетесь без дохода.

И представьте себе ситуацию, когда у Вас 30 источников дохода (30 предприятий) клонированных «Обоймой». «Обойма» - это генерирующий инкубатор, клонирующий предприятия, она позволяет людям делать карьеру, создает похожие бизнесы и новые одновременно.

Допустим, вы потеряли 10 источников дохода, но Вам от этого нет большого урона. Так как «Обойма» снова создаст Вам новые предприятия.

Если каждое из 30-ти предприятий дает Вам 100\$ в день, то Вы имеете в день 3000\$, это 1 млн. долларов в год. И здесь очень важно, чтобы цели людей совпадали. Вот, например, почему мы отказались от принципа, если клиент не зарабатывает, когда мы работаем, как консультанты у него, то мы за это дело не беремся. Когда наши интересы совпадают, мы движемся двумя параллельными направлениями вперед вместе с клиентом. Он идет рядом, а мы его как бы ведем за руку за собой. Он вкладывает 1 млн. долларов, получает 5 млн. долларов, мы - зарабатываем 1 млн. долларов.

Когда клиент знает, что это инвестиция, а не дача денег адвокату, получается, что мы с клиентом, как бы создали виртуальное предприятие. У клиента есть интерес и деньги, у нас – знания и возможности. И когда наши интересы совпадают, клиент получает деньги, и мы получаем деньги, и все идем к одной цели – деньгам.

Есть другой вариант, Вы приходите и говорите, что у Вас есть проблема, а мы можем ее решить, и как бы становимся какими-то «змиями», высасывающими Ваши деньги. У Вас и так горе, а Вы еще должны денег дать. Правда, хотя Вы сами и создали эту проблему, и Вы должны это все понимать. Но человеческий мозг не хочет понимать, он любит удовольствия. И человек начинает думать, что какой-то адвокат хочет забрать его деньги.

У человека в голове три программы: удовольствие, освобождение от страданий и пограничное состояние, когда он спит. Других состояний у человека не бывает.

Например, человека беспокоит какая-нибудь проблема. Если мы избавим его от этой проблемы, он успокоится и получит удовлетворение. Он освободился от оков этой проблемы. Или когда человек находится в состоянии пограничном – сна, ему хочется получить удовольствие, но для этого ему нужен какой-то наркотик. В мозгу вырабатывается специальное вещество, вызывающее удовольствие. Откуда все эти анекдоты про новых русских? Это попытка поиска счастья – такое их поведение. Психиатры давно выяснили эту проблему – это поиск счастья. Вы идете и покупаете себе новую «цацку» в виде автомобиля – Вы ищете счастья. И делаете все, чтобы потешить себя любимого.

Таким образом, существует три состояния:

- **освобождение от проблем;**
- **пограничное состояние, когда человек спит;**
- **получение удовольствия.**

Поэтому этот новый русский, ищет для себя продажную любовь, покупает себе непомерно большие золотые цепи, перстни. Если Вы видите нового русского с огромной цепью на шее – это все компенсация счастья. Он украл кучу денег, а счастья нет, он начинает компенсировать отсутствие счастья вот этими покупками.

Замечено, что психически нездоровые люди имеют очень обостренный мозг. Однажды, когда попросили слушателей одной академии дать определение термину «прическа», слушатели дали их бесконечно много. Рядом с ними присутствовали психически нездоровые люди из института Сербского, и их ответ ошеломил всех:

- Прическа это временное отношение волос к голове.

Комиссия признала ответ психически нездорового человека самым емким и обстоятельным.

Или вот как об этом пишут американские источники. У богатого бизнесмена в автомашине отлетело колесо, выкрути-

лись болты. Это произошло напротив психиатрической больницы, где сквозь решетку за всем наблюдал один больной. Бизнесмен звонит по мобильному телефону, вызывает эвакуатор, волнуется. А в это время больной говорит:

- А ты открути по одному болту с каждого колеса и поставь их вместо отсутствующих, и спокойно доедешь до ближайшей станции обслуживания.

Бизнесмен был поражен:

- Ты же псих, как ты до этого додумался?

Больной:

- Я может быть больной, но не псих.

Воспользовавшись идеей больного психиатрической клиники, бизнесмен спокойно уехал. Вот, примерно, то же самое происходит и с нашими бизнесменами.

А сейчас поговорим о **свободе и счастье.**

По моему мнению, это - **абсолютная возможность выбирать время начала движения.**

То есть это то, когда Вы имеете возможность все делать, тогда, когда Вы хотите это делать. Все неприятности, откуда они происходят?

Жена кричит:

- Вынеси ведро.

А Вам сейчас делать этого не хочется. И Вы вынуждены подчиняться каким-то обстоятельствам. Или Вам совершенно не хочется ехать на работу, лучше бы посидеть за компьютером, а ехать надо, опять подчиняемся обстоятельствам.

Поэтому повторим, счастье – это абсолютная возможность выбирать время начала движения. Может быть, кто-то определит эту категорию и по-другому, но мы считаем, что наше определение верное.

Итак, человек, который занимается каким-то бизнесом, должен владеть определенными принципами, т.е. определенной системой ценностей.

Пересмотр образа жизни (программирование мозга)

Волшебный вопрос - программирование подсознания на успех. Человеческий мозг сам по себе – уникальный компьютер. Что происходит в голове у человека, который рожден? Установки все правильные. Но проходит время, и в голове у человека появляются стереотипы, он сам себя загоняет в рамки своих стереотипов и там находится. Но природа наделила нас возможностью менять эти стереотипы, если мы, конечно, умеем это делать, и добиваться результатов, которые нам необходимы. Для этого существуют определенные законы и принципиальные технологии. Если брать всех «великих», то они все пишут об одном и том же. Просто этого никто не читает. А так как большинство населения находится в пограничном состоянии, то что бы ему мы не говорили, оно будет продолжать находиться в этом состоянии. И чтобы его оттуда вывести нужно, привести его только в состояние удовольствия или в состояние тревоги. Для примера приведу случай из жизни. В Рязани бандиты захватили друзей моего друга-адвоката. Адвокат не особенно волновался и был уверен, что знакомые и родственники принесут 20 тысяч долларов. На мой вопрос:

- А если у них нет денег?

Получил ответ:

- Не бывает такого, пока стресс, пока они сидят там, деньги привезут.

Точно так и случилось.

Человек, бегущий за автобусом, никогда не будет равен человеку, сидящему в автобусе. Многие бизнесмены используют этот принцип. То есть с человеком, находящимся в состоянии стресса можно делать все, что угодно. Чтобы освободиться от оков, человек готов отдать любые деньги.

Этот человек отдаст любые деньги за что? Чтобы получить удовольствие.

Иногда приходит клиент, и я говорю ему:

- Дело выеденного яйца не стоит. Вы потратите денег больше, чем потеряли.

Клиент:

- Мне все равно, но мне надо его задавить.

Он хочет повысить чувство своей значимости.

- Так это же денег стоит Ваше чувство собственной значимости.

Но клиенту все равно, он так решил. И готов потратить на месье любые деньги. Д. Карнеги говорил, что поднимать чувство собственной значимости важно, но он не сказал, что это будет стоить больших денег.

Хочу заметить самое главное, что чувство собственной значимости не приносит денег.

Оно только высасывает деньги. Всегда так: или деньги, или значимость. Или Вы должны быть ниже кого-то, за счет кого Вы получаете деньги, или будете выше, но деньги будут получать другие.

Человеку весьма неуютно, когда с ним рядом находится человек, который по положению выше его.

Можно потерять огромное количество денег, ничего не приобрести вообще, а получить взамен только значимость. Это очень важно понимать, что чувство собственной значимости не ведет ни к каким деньгам. То есть амбиции должны быть надежно подкреплены.

Мы не держим у себя сотрудников, которые говорят примерно так:

- Я вот работал целый месяц, а они, негодяи, мне зарплату не заплатили.

Таких сотрудников у нас нет. Мы их каленым железом выжгли из управления. Мы приветствуем конструктивный подход:

- Итак, за месяц я достиг таких результатов - заработал для фирмы 1 млн. долларов, а Вы мне заплатили 10 тыс. долларов.

Это несправедливо. Кто скажет обратное? Покажите мне такого человека. Кто будет спорить с тем, о чем я сейчас говорю? Есть такой человек? Никогда ни один человек не поддержит нас, если мы будем вести себя так. Нам человек принес в фирму 1 млн. долларов, а мы ему дали 10 тыс. долларов, мы ему должны были дать как минимум 100-150 тыс. долларов, 10-15% от этой суммы.

Конечно, мы неправы в этой ситуации, конечно, мы неправильно себя ведем.

Но когда к нам приходит человек и заявляет:

- Я принес в компанию ноль денег, а Вы все здесь сидите и зарабатываете кучу денег, дайте мне мои деньги.

В этом случае, никто ему этих денег не даст. Это не государственная структура, здесь деньги платят людям за то, что они заработали их. Заработная плата – это плата за работу.

Сегодня мы отдельно поговорим на эту тему. Недавно мне попала на глаза книга одного ведущего московского специалиста, о том, что такое активная продажа, активные мероприятия. И эти активные мероприятия сводятся, в общем, к трем вещам:

- отпуск товара (вот за это денег не платят);
- продажи;
- построение долговременных длительных отношений с клиентом.

Все эти активные мероприятия сверху вниз стоят на порядок выше одно другого.

Отпуск товара – мероприятие недостойное заработной платы, если точнее оно достойно мизерной платы. За это денег никто платить не будет. Но люди не могут этого понять. Они не могут понять, что за отпуск товара никто денег платить не будет. То есть это секретарша, которая отпускает товар.

Продажа начинается с того момента, когда клиент пришел и говорит:

- У меня уже есть адвокатская контора, с которой я работаю.

Вот с этого момента начинается продажа, тогда Вы быстро присоединяетесь к товарищу и убеждаете его в том, что Ваша адвокатская контора может еще что-либо сделать, лучше, чем та его, но это некорректно, ну допустим, еще что-то для него сделать. Или есть спектр проблем, которая та контора полностью не охватит. Вот это уже продажа. Это уже стоит денег. Это достойно не только заработной платы, это достойно и процентов к заработной плате.

А вот **построение долговременных длительных отношений**, то есть глубинное внедрение, построение длительных отношений с клиентом, это то, когда человек знает, что надо быть в определенное время в определенном месте, когда к тебе обратятся.

Такая длительная работа стоит очень больших денег. Даже не процентов и зарплаты, это уже стоит доли в компании.

Людей, занимающихся этой работой, лелеют, холят, держат рядом с собой, никогда никуда не отпускают, постоянно увеличивают их уровень доходов. Такие люди на вес золота.

Вот в чем разница в этих ситуациях. В нашей компании работают люди второго и третьего класса. Первого – нет. Те, кто хотят отпускать товар, таких людей у нас нет. Ни в первой линии «Обоймы», ни во второй, ни в третьей.

И вот еще очень любопытный момент, хотелось бы его отдельно осветить. Что происходит в голове потенциального клиента, когда Вы являетесь «попрыгунчиком». Итак, человеческий мозг на Вашу информацию реагирует не сразу. Существует какой-то период времени реакции на эту информацию. Сейчас мы попытаемся объяснить все это. Вы, образно говоря, занимаетесь адвокатурой, Вы поставили всех своих знакомых в известность, что Вы теперь серьезно связаны с адвокатурой. Для того чтобы человеку привыкнуть к этим серьезным вещам, ему нужно 21 день, чтобы свыкнуться с мыслью, что вы теперь занимаетесь адвокатурой, а не, допустим, военный. Вот он свыкся с мыслью, еще 21 день он привыкает к этой мысли. Где-то 3 месяца человек привыкает к тому, что он может к Вам обратиться, как к специалисту в области стратегического консультирования адвокатуры или детективной области. До этого все Ваши знакомые считают, что Вы военный. То есть если активно 3 месяца просвещать свое окружение, что вы человек, который занимается таким бизнесом, то только через 3 месяца они поймут это. Но вот Вам надоело, у Вас нет результатов, Вы считаете, что у Вас не получается работа. А время идет. Каждый человек – это потенциальный клиент, и Вы перескакиваете на новую отрасль деятельности, например, решаете торговать помидорами. Но весь Ваш круг

думает, что Вы адвокат. И еще 3 месяца необходимо для того, чтобы они осознали, что Вы торгуете помидорами. Материя инерционна, а почему? Потому, что человек занят собой, чтобы переварить Вашу информацию, с ним любимым не связанную, ему нужна куча времени. Три месяца ему нужно привыкать к тому, что вы сказали. Но снова изменения, Вы не приучены торговать помидорами, и Вы становитесь театральным деятелем искусств. Но люди продолжают думать, что Вы торгуете помидорами, и опять к Вам обращаются только за помидорами. А Вы говорите, что уже работаете в театре, и можете организовать много спектаклей. Но они это еще не осознали. Таким образом, постоянные прыжки с места на место в любом бизнесе, и в нашем, в частности, создают полное отсутствие клиентуры. Что получается? А получается просто потрясающая вещь – стабильность в этом бизнесе намного важнее мозгов, ума. То есть на этом рынке выигрывают не люди, которые умнее, а те люди, которые стабильнее. Мы неоднократно наблюдали, как человек, обладающий средними способностями, стабильно находящийся в компании, работающий на рынке в своем направлении, дорастал до уровня Генерального директора в течение двух лет. А вот люди, которые были поинтереснее, поперспективнее, так и оставались ни с чем. Потому что они все время изображали «попрыгунчика». А первый тупо выполнял свою работу, ходил в суды, получал мизерную заработную плату и шел к своей цели. И через два года он становился обеспеченным человеком, с машиной, которую он хотел, с квартирой того класса, которую он хотел, с доходами того класса, которые он хотел. А он, вместе с тем, совершенно среднего уровня человек.

А вот человек неординарный, бегущий вперед, считающий себя непризнанным гением, устраивая эти перескакивания, так и оставался ни с чем. И кому я это не рассказывал, никто не хочет меня слышать.

Почему они не столь успешны, как хотели бы? Потому, что занимаются вот этой «попрыгучеством». Каждый из них этим занимается.

Это еще один основополагающий принцип, того, что получают люди. Все это происходит из-за отсутствия стабильности движения и входит в ракурсы закона притяжения. Как магниты мы притягиваем то, что хотим и еще лучше мы притягиваем то, что не хотим. Этот закон написан во Вселенной давным-давно. В нашу жизнь притягиваются те обстоятельства, которые мы хотим всегда, и еще лучше притягиваются те обстоятельства, которые мы не хотим. Как только Вы говорите, я не хочу, это обязательно произойдет в Вашей жизни, потому что частицы «не» мозг не слышит.

Пример, как жена загоняет в дурдом своего мужа? Как он становится хроническим алкоголиком? Она программирует своего мужа. Она говорит ему:

- Не пей, не пей, не пей!

А он все пьет, пьет и пьет. А она каждый божий день говорит ему:

- Не пей.

Для того чтобы программа отложилась в голове человека достаточно 21 дня. Эта программа становится частью рефлекса, привычкой человека. Не употребляйте частицу «не». Не говорите, не хочу, но говорите - хочу. Меняйте всегда слово не хочу, на слово хочу. Например, если Вы не хотите, чтобы на Вашей машине дети писали пальцем. Говорите:

- Я хочу, чтобы моя машина была чистой.

Тогда не будет возможности на ней писать. Ситуацию нужно не предотвращать, а исключать. Просто исключать, как файл в компьютере, закрывать папку. Если моя машина будет чистой, то на ней никто не будет писать пальцем. Я хочу, чтобы моя машина была в безопасности. Я хочу, чтобы ее не беспокоили. Вот такие установки надо давать.

Вот почему этот «попрыгуся» не работает.

Еще пример, недавно я ехал в аэропорт в такси и спросил:

- Сколько денег Вы зарабатываете, если это не секрет?

Водитель ответил:

- Две тысячи гривен.

- И что, хватает?

И тут началось такое, как говорится, «Остапа понесло». Он просто начал орать:

- Конечно, не хватает.

- Но это для Севастополя довольно приличная сумма, - возражаю я.

Таксист:

- Да в Севастополе давно уже таких зарплат нет. У меня друг в фирме работает, получает 600 долларов.

Я не стал ему ничего объяснять, мне это было не нужно. Но на самом-то деле все очень просто: а кто тебе мешает зарабатывать больше? Почему Вы отдаете свою судьбу в руки других людей?

Я своим сотрудникам всегда привожу такой пример, когда начинаю с ними работать.

Скажите:

- На фирме бывшей Вашей был служебный автомобиль?

- Да, был.

- А давно водитель на фирме?

- Да, давно.

У меня вопрос тогда возникает к Вам:

- А что этот водитель делал с этой машиной?

Работник:

- Ну, он ездил к подружкам, по ночам эксплуатировал ее вне работы.

- Тогда почему Вы хотите из своей судьбы делать подобную машину, то есть отдать ее в аренду кому-то, чтобы на ней ездили по девочкам по ночам?

Ну, будут Вам платить 300\$, но Вас будут и эксплуатировать с утра до ночи за эти 300\$.

Вот такая получается потрясающая штука – все виноваты в том, что Вы не зарабатываете много денег. Кто Вам мешает зарабатывать? Стань лучше, работай над собой. Научись всему этому.

Возвращаясь к тому, кто отпускает товар. Ему, конечно, платят какой-то мизер – 100\$ в месяц за то, что он отпускает товар со склада. Ведь в любом случае существует контракт, дело в

том, что у нас зарплата по контракту – часть прибыли сотрудника в месяц. Если он даже эту часть не отработает, то мы прощаемся с ним. Никто не позволит в компании тратить деньги на человека, который ноль без палки, он не нужен компании. От него нет никакой пользы, он паразитирует на теле компании. Каждую пятницу будут задавать вопрос, что этот человек сделал для компании. И если директор этого подразделения не в состоянии будет дать ответ на этот вопрос, то ему предложат избавиться от этого человека и найти другого, который будет зарабатывать для фирмы деньги и себя держать в очень обеспеченном состоянии, которого можно было бы двигать по карьерной лестнице. – сделать директором, владельцем бизнеса. Нам не нужны люди, которые ничего не хотят, ни к чему в жизни не стремятся. Такие люди не нужны вообще. И если у человека есть цель, есть мечта, то ее нужно реализовать – нужно делать то, что тебе говорят. Бывает, что не получается, но это две разные вещи, когда не получается, и не получается потому, что я «не хочу». Когда человек знает только одно – вы мне должны. Таких людей у нас в фирме нет, повторяю, их выжигают каленым железом. У кого есть желание, у того обязательно получится.

Испытательный срок три месяца показывает о человеке все. Мы просто не подписываем с ним контракт, даже если он понравился на предварительном собеседовании, даже если он успешно выполнил тестовую задачу, если обнаруживаем в нем что-то негативное, вредящее компании. Три месяца испытательного срока до подписания контракта совершенно спокойно выявляют все качества этого человека. Мы наблюдаем за ним в течение трех месяцев до подписания контракта и все выявляется. Я не люблю тратить деньги, я люблю, чтобы их мне отдавали.

Один человек меня спросил:

- А сколько Вы будете платить мне в месяц?

- 1000 долларов, - ответил я.

- Это хорошая зарплата. А что я должен буду делать за эту 1000 долларов?

Когда я объяснил, что надо делать, чтобы заработать тысячу долларов, он посчитал это все сложным и отказался рабо-

тать. Но ты же хотел эту тысячу? Потрудись. Хочешь две тысячи – давай работай, хочешь пять – получай пять, но работать придется на пять тысяч долларов. Я вообще позволяю своим сотрудникам через год выбирать уровень своей зарплаты. То есть они выбирают ту зарплату, которую хотят. За пять тысяч долларов, я даю объем работы на пять тысяч долларов. Хотят десять тысяч долларов, я даю объем работы на десять тысяч долларов и плачу деньги, если человек с работой справляется. А если нет, то не плачу, или плачу меньше, только за то, что он сделал. И об этом знают все. Никто вопросов не задает. Изначально так поставлено. Хочешь двадцать тысяч долларов иметь, нет проблем, вот тебе объем работы на двадцать тысяч долларов. Справляешься с объемом, хоть тридцать тысяч получай.

В начале месяца прописывается объем работы. Так вот этот человек с отпуском товара может заработать и тридцать тысяч долларов в месяц. Если же он не хочет их зарабатывать, а хочет брать коробку и передавать ее на стол, и забирать деньги у клиента. За эту работу не будут платить тридцать тысяч долларов.

Как мы готовим наших сотрудников

Нельзя, не учитывая двух факторов, говорить о полной подготовке наших сотрудников.

Это:

- ***фактор управления временем*** (умение эффективно управляться со временем);

- ***фактор психологических установок.***

Рассмотрим сначала фактор психологических установок. Родился человек, считайте, что он купил себе компьютер. Но представьте себе, что инструкций по эксплуатации этого компьютера нет. Эту «инструкцию по эксплуатации», по мнению психологов, человек ищет до 40 лет. А потом получается, как в немецкой пословице: «Мы слишком поздно поумнели, и слишком рано постарели». Набор этих программ человек ищет, как показала практика до сорока лет своей жизни, ищет программу, которую нужно установить ему в голову, чтобы быть успешным.

На самом деле богатство мира неиссякаемо – денег на всех хватит. В свое время провели эксперимент, что будет, если все деньги мира, заработанные людьми раздать всем поровну? И выяснилось, что через год они осядут в тех же карманах у кого они и были, т. е. возвратятся обратно. Задача не стать миллионером, не заработать миллион долларов, а стать человеком, способным заработать миллион долларов. Завтра человек может потерять эти деньги, но через год он их снова зарабатывает. Задача не просто заработать миллион долларов, а задача состоит в том, чтобы подготовить человека, чтобы он был способен заработать этот миллион долларов.

И вот основополагающим принципом всего этого являются: ***психологические установки.***

В свое время Рэнди Гейдж говорил, что процветание сначала создается в голове человека.

Итак, что же нужно делать, чтобы бесспорно запрограммировать успех?

Во-первых: все «великие» пишут одно и то же. Но для своих сотрудников мы обобщили все это в одну определенную систему установок и ценностей. И наши сотрудники пользуются этой простой системой, мы не стали ее усложнять и она дает те же потрясающие результаты.

Необходимо записать то, что ты хочешь в настоящее время. Человек, приходящий к нам на работу, независимо от возраста, всегда садится за стол и начинает писать, что же он хочет в настоящее время. И если он ничего не хочет, то тогда идет отдыхать дальше. Здесь отметим очень любопытный момент, некоторым людям страшно писать, что они хотят в настоящее время. В настоящем времени это как? Например, я владею «Мерседесом 600», то есть писать нужно, так как будто все это уже произошло. Наше подсознание не понимает прошедшего и будущего времени. Подсознание понимает только настоящее время. Например, я владею домом за один миллион долларов. Все это человек записывает на листе бумаги. Это является ключом к программе, которую необходимо вложить в мозг.

Далее, человек ежедневно по утрам перечитывает это все и производит корректировку своих записей. Но так как во Вселенной устроено, что материя инертна, Вы не можете оказаться сразу там, где находится Ваша мысль. По законам притяжения во Вселенной к Вам притягивается то, что Вы хотите. И Вы сразу не можете разобраться, это то, что Вам нужно или нет? В этом случае Вы переворачиваете лист бумаги и вместо слова «Мерседес 600» пишете, владею автомашиной «Лексус» и Вселенная начнет притягивать к Вам вместо «Мерседеса 600» автомашину «Лексус», понадобится чуть больше времени, но Вы уже четко знаете, что именно эта цель Вас волнует. Может быть «Мерседес 600» это было Вашим детским желанием, а глубоко в подсознании Вам все же хотелось иметь «Лексус». Далее: я владею домом стоимостью в один миллион долларов, у меня жена фотомодель, которой могут позавидовать многие, я путешествую в разные места, я летаю на сафари.

Перечитывая это каждый день по утрам после пробуждения, проговаривая свои цели в голове, Вы каждый день программируете Ваше подсознание и обязательно получите это через определенный промежуток времени. То, что Вы хотите, Вы обязательно получите. Природа всегда дает человеку то, что он хочет, только человек об этом не знает. И там, где Вы сейчас находитесь это результат тех установок, которые у Вас на сегодняшний день есть. Откройте труды великого психиатра Джима Рона или других, директора компании «Сони» и Вы услышите одно и то же. Вы всегда получаете то, что выбираете. Если Вы хотите быть военным, Вы выбираете это и Вы будете военным. Таким образом, Вы выбираете свою судьбу, а не судьба выбирает Вас.

И это есть первое упражнение, которое совершенно простое. **Каждый день мы пересматриваем свои цели, и решаем, актуальны они для нас или нет.** И вот, работая по утрам по 30 минут с целями, которые записаны, совершенно естественным путем за 21 день у Вас в голове формируется тот образ, который Вы создали. Так как наше сознание не мыслит словами, а мыслит образами. То есть, если Вы это все себе представляете, не

говорите себе, а представляете, то обязательно Вы получите то, что представляете. Создавайте образы в голове, и у Вас все будет. Хочу, чтобы моя жизнь состояла из следующих вещей: из дома в один миллион долларов. Прошел 21 день, и Вы поняли, что дом Вам этот маловат, Вы за 5 млн. долларов хотите. Переворачиваем лист и переписываем цели заново, только теперь пишем – я владею домом за 5 млн. долларов. Пройдет немного времени, и вы его получите, т.е. мы всегда получаем, то, что хотим. У меня в жизни ни разу не было вещей, которые я бы хотел и не получил. Спросите у женщин. У них очень развита эта штука. Хочу платье, и они всегда получают то платье, которое они хотят, всегда, через определенный промежуток времени. Другое дело к тому времени они могут уже не хотеть этого платья, захотят иное. Это другое дело. Первое упражнение мы разобрали.

Следующее предложение, которому мы учим наших сотрудников, заключается в следующем: задавать себе вопрос:

- Как я это могу использовать для себя?

Чтобы ни произошло в жизни, Вы будете использовать этот один единственный вопрос.

Если человек не задает этих вопросов, значит у него большие неприятности, т.е. события мира будут им управлять. А не он будет управлять событиями мира. Например, случилось что-то, получили какую-то информацию, сразу задумайтесь и спросите:

- Как я это могу использовать для себя?

Вот это программирование сознания человека дает просто потрясающие результаты.

Человек потрясающее существо. Случилось несчастье. Но все события, происходящие в мире сами по себе нейтральны. Для одного это счастье, для другого несчастье. На Руси есть поговорка: не было бы счастья, да несчастье помогло. Ведь наши предки не просто так написали это. Нам не дано брать на себя функции Бога, только он может определить хорошее это или плохое.

Однако если Вы спрашиваете:

- Как я могу это использовать для себя? Вы автоматически переходите на дорогу, где это событие будет использовано в Вашем положительном ключе.

В качестве примера, один товарищ, которого я учил этой технике, рассказал следующее. У него умер отец. Событие трагическое. А он только был принят в компанию и выполнял тестовое задание. И на похоронах он спрашивал себя постоянно:

- Как я могу это использовать для себя?

А на похоронах отца-бизнесмена собрались все его друзья по бизнесу, и после поминок он нашел множество деловых партнеров. Деловые партнеры его отца стали его партнерами. Беда всегда объединяет людей. Он просто спрашивал себя:

- Как я могу это использовать для себя. И природа притянула в день смерти отца всех его партнеров, которые потом стали его партнерами. В последствии он стал очень перспективным консультантом. Вот такой скорбный момент, так положительно повлиял на его карьеру. Он приходит часто на могилу своего отца, кладет цветы и говорит:

- Папа, спасибо тебе большое, что ты прожил такую серьезную жизнь, что ты был серьезным деловым человеком.

И это чувство благодарности притягивает еще больше положительного в его жизнь. То есть, если Вы кого-то благодарите, то еще больше притягиваете положительного в Вашу жизнь.

Следующая тема: ***кто-то до меня когда-то это делал.***

Простой вопрос, который позволяет решать любые задачи, собирать информацию. Найди людей, кто это делал до тебя, опроси его и собери их опыт. Проанализируй и действуй с учетом их опыта. Когда я слышу что-то новое, я решаю эту задачу и спрашиваю себя:

- Кто до меня это уже делал?

Я ищу этих людей с неистовством. Кто до меня решал эти задачи? И какие ошибки они допустили при их решении? Я задаю себе эти два вопроса.

Человек всегда находится на положительной линии бытия.

Он всегда имеет информацию, опыт других людей, которые вкладываются ему в голову, и он становится с каждым днем все умнее и умнее. Он ищет опыт других людей и становится все опытнее, опытнее и опытнее. Притом, не нужно даже искать сначала опыт этих людей. Просто надо задавать этот вопрос регулярно себе и люди сами будут притягиваться к Вам. Когда Вы задаете вопрос:

- Кто до меня это уже делал? Кто до меня это уже делал?

Эти люди сами притянутся к Вам.

Следующий вопрос, который нужно задавать для программирования подсознания:

- ***Что я могу сделать прямо сейчас?***

Это так называемая техника «Прямо сейчас». Существует много систем управления временем. Когда Вы пойдете в магазин, Вы найдете много книг по тайм-менеджменту. На самом деле суть тайм-менеджмента сводится к двум частям:

- первая – как действовать?

- вторая – как это устроено? То есть, какова принципиальная схема.

А устроено это следующим образом. В свое время Кэвин Кови определил эту схему очень просто. Если Вы возьмете ведро и насыплете туда песок, гравий, щебень, нальете воду, а потом еще попытаетесь положить туда два больших камня – они не поместятся там. А вот если мы положим в ведро два больших камня, затем насыплем песок, гравий, щебень, нальем воду – все они поместятся в ведре. Определите в день одно-два дела, которые обязательно нужно сделать, и пока их не сделаете, на другие дела не отвлекайтесь. Вот в этом и будет заключаться принципиальная схема действий.

А теперь о тактике. Обычно у нас существует огромное количество расточителей времени, они постоянно отнимают у нас наше время. Поэтому я своих подчиненных учу такой тактике, она называется «тактика трех шагов». Нас постоянно бомбардирует информационный поток. Действуем поэтому просто. Используем коммуникаторы, но можно и обычный еженедельник. Поступает информация: нужно сделать что-то. У меня три

варианта развития событий. Если я вижу рациональное зерно, я делаю это сразу. Потом я передаю это дело кому-то, кто его заканчивает, или довожу до конца его сам.

Ситуация вторая. Я занят сейчас, мы записываем интервью и поэтому сейчас я не смогу сделать эту работу. В этом случае я говорю сразу:

- Нет, я сейчас не могу.

И сразу же смотрю в ежедневник, когда я это сделать смогу, записываю время и день.

Ситуация третья. Я не делаю это вообще.

Говорю:

- Извините, но я думаю, что не смогу Вам помочь в этом вопросе.

Но вот это самое «не смогу помочь Вам в этом вопросе» - источник денег. Сейчас я покажу, как это все происходит, как зарабатываются деньги, когда я говорю – нет. В конце дня я анализирую ситуацию уже в спокойной обстановке, решаю, что можно сделать и как помочь тем людям, которым я утром сказал – нет. А те люди, которые обращались ко мне, так и не решили свой вопрос. Я звоню тем людям, кто фактически сможет решить данную проблему, провожу встречу и обо всем договариваюсь. Затем звоню людям, которым отказал накануне и говорю:

- Ситуация изменилась, и вопрос может быть решен, но деньги нужны прямо сейчас, приезжайте. Создается минимальный временной режим человеку для принятия решения. Но он мне может сказать:

- Да я уже все решил сам.

Тогда мы с ним прощаемся. Но в любом случае у человека останется обо мне приятное впечатление, приятные мысли, что ты попытался ему помочь. Если же он все же приезжает, то расплачивается, забирает бумаги и уезжает.

Вот таким способом можно зарабатывать деньги на слове «нет».

Оба случая производят огромный эффект на людей, либо человеку приятно, что ты о нем беспокоился, пытался решить

его вопрос, либо ты решил его проблему и предвосхитил его ожидания, не обманул его.

Такие люди впоследствии от Вас отставать не будут, они будут держаться рядом с Вами. Вы становитесь крайне популярным и крайне серьезным человеком для этих людей. Вот таким способом, управляя ситуацией, даже на слове «нет» можно зарабатывать деньги.

Следующий вопрос, который я заставляю задавать своим сотрудникам:

- Что я сделал сегодня для компании?

То есть, каких результатов я сегодня добился? Нужно проанализировать все свои дела в конце рабочего дня и ответить на этот вопрос. Это, вместе с тем, очень мощный способ программирования своего подсознания. Очень мощная тактика.

И последний прием, который мы используем в работе это **«доска процветания»**.

Этот прием пришел к нам из космических программ, так работают психологи в космосе со своими подопечными.

Здесь существуют две ситуации:

- Вы клеите на доску те фотографии вещей, которые бы хотели иметь в своей жизни;

- Каждый день смотрите на эту доску.

Таким образом, подсознание программируется: дом Вашей мечты, машина Вашей мечты и т.д.

В одном фильме есть такая ситуация, когда сын входит в кабинет отца, а отец просит не мешать ему работать.

- Чем же ты занимаешься, - удивился сын.

- Здесь «доски процветания» и я работаю с ними, - ответил отец.

- Я тебе сейчас покажу свои «доски процветания», - сказал отец.

И он стал доставать свои старые «доски» и мгновенно сошел с ума. Оказалось, что он находился в том кабинете, фото которого повесил на доску три года назад. Он давным-давно забыл об этой «доске процветания». Сегодня он жил именно в таком доме, который он раньше придумал.

И последний момент: *это проигрывание сценария события в своей голове (как бы просмотр кинофильма, слайда) с участием всех этих предметов, где Вы являетесь одновременно главным действующим лицом в этом кинофильме.* Вы создаете какой-то фильм, сценарий, и у Вас в этом фильме главная роль. Вы ходите по этому дому, ездите на работу, все, что Вы делаете, Вы можете идеально проиграть в своей голове. Предварительное и постоянное проигрывание дает максимальный результат.

Так, психологически мы готовим своих сотрудников. Это ряд способов, самых простых, которые каждый человек может применить и, я уверяю Вас, что если он в течение месяца будет применять эти вот вещи, его жизнь круто изменится. Он станет в 21 раз успешнее, чем был до этого.

Для подготовки наших сотрудников, наших менеджеров мы применяем разные тактики и теории. Все это нам помогает осуществлять жесткий подбор людей в компанию, одновременно с этим, мы трепетно относимся к нашим людям внутри компании, создаем максимум комфорта для их трудовой деятельности.

Мы уже разобрались в ситуации, каким же способом можно «вести» человека в «обойму», в компанию, для того чтобы он наиболее комфортно и успешно себя чувствовал в этой среде. Получилась определенная принципиальная схема.

В прошлый раз мы говорили о «Рентгене», механизм подбора кадров в соответствии с «Рентгеном» понятен: вопросник, проективное интервью (отбор близких к этой должности по профилю людей) и третий ключ – определение ЛБК человека.

Сейчас мы рассмотрим термин ЛБК – личный биоэнергетический код. И вот именно, действия в ЛБК дает нам возможность определить зону комфорта. Человек приходит в компанию, и ему сразу определяют его ЛБК, и ту зону комфорта, в которой он должен находиться, чтобы быть успешным человеком в соответствии с его психологическими, моральными, этическими и профессиональными установками.

Допустим, мы все это выяснили, человек находится в зоне комфорта, но нужна еще одна немаловажная вещь – **навыки**.

Человек должен получить определенный набор навыков, которые ему необходимы для работы с людьми, например, с потенциальными клиентами, при выполнении различных задач, решении различных вопросов.

Сейчас мы рассмотрим конкретно, навыки, которые человек приобретает, которые мы ему ставим в рамках ЛБК. То есть адаптированные под него навыки плюс ЛБК, образуют как бы коридор, по которому человеку нужно идти вверх к успеху. И он идет, идет, по этому коридору и становится, в конце концов, директором фирмы. В этом коридоре ему комфортно, навыки адаптированы под него.

И еще один важный момент. То, что хорошо для меня, для Вас будет, не всегда хорошо, люди все разные. Вот Вы, например, больше любите действовать, чем говорить. А есть люди, которые любят больше говорить, чем действовать. И если изначально неправильно классифицировать человека, Вы его можете поставить на то место, где он будет себя чувствовать абсолютно дискомфортно. Все это потом плохо закончится, он уйдет от Вас.

Поэтому задача руководителя, менеджера – формировать человеку этот коридор, объяснить ему, как по этому коридору идти, взять его за ручку и помочь начать движение по этому коридору. Пройдет 21 день, и человек, находясь в комфортной зоне, приобретя адаптированные под него навыки, совершенно спокойно разберется с этим моментом.

Давайте попробуем сформулировать, какими же навыками нужно обладать человеку?

Во-первых, Вам нужно обладать навыками воздействия на людей. Это было бы очень недурно. Начнем со следующего: так как мы умеем работать с ЛБК человека, то прежде, чем вступать в какие-то взаимоотношения с ним, надо с этим ЛБК человека подробно разобраться. Квалифицировать человека. Вы пока не можете ему напрямую задавать те вопросы, которые Вас интересуют, так как он посторонний для Вас. Вы видите его прямой нос, или с горбинкой, уши, глаза. Вы знаете его знак зодиака. В соответствии с полученным анализом Вы начинаете вести себя так, как ему наиболее комфортно с Вами, то есть в

рамках его ЛБК. Допустим, у человека светлые глаза, тогда и говорить ему нужно, что да, будет трудно, Вам придется много поработать над этим вопросом, но результат будет обязательно впереди.

А вот человеку с темными глазами нельзя об этом говорить. Он вампир, и привык, чтобы все ему падало само с неба. Вы ему говорите:

- Поменьше двигайся все и так упадет с неба. Наберись только терпения.

Этому человеку такие слова слушать очень комфортно.

Если у человека нос с горбинкой, то по теории академика Макарова, им движет тщеславие. Ему Вы можете сказать такую фразу:

- Да все с ума сойдут, когда увидят тебя в новом автомобиле. Все твои сверстники и близко не будут иметь того, что имеешь ты.

Он в зоне комфорта, именно так и думает.

Язык, на котором говорит человек

Эта американская теория серьезно изучалась в спецслужбах. Мы уже рассказывали о существовании людей желтых, синих, красных, зеленых. Это язык, на котором говорит человек. Если человек «синий», то у него не слишком развиты риторические способности, он любит гулять по вечеринкам, отдыхать в ресторанах, любит большое количество людей, любит общаться. С таким человеком нужно разговаривать на его языке. Если Вы хотите от него что-нибудь получить, то Вы должны ему сказать следующее:

- Эта вещь позволит Вам вести тот образ жизни, который Вы любите вести.

Его надо вытягивать на вечеринки, в рестораны – это его зона комфорта. Помимо ЛБК, Вы еще говорите с ним на том языке, который он слышит.

Как говорит Том Шрайтер: «Для человека, то, что Вы говорите - португальская речь, ничто не улучшит Ваш бизнес до тех пор, пока Вы не научитесь говорить на португальском языке». Говорить надо на языке человека, и этого еще мало. Суще-

ствует такая тактика, которая применяется всеми разведками мира, это так называемый «Эриксонский гипноз». Не вдаваясь в подробности, все же отметим, что существует несколько пограничных состояний подсознания человека, в которых он подвержен гипнозу. То есть он спит, и в таком состоянии выполняет команды гипнотизера. А бывают люди, которые спят наяву, находясь в пограничном состоянии. Как ввести человека в это пограничное состояние, расположенное между освобождением от боли и получением удовольствия? Вот в чем задача. Как его в такое состояние ввести?

А делается это вот как. Сначала на физическом уровне проводится отзеркаливание, т.е. если я сейчас сяду, как Вы, займу такую же позу, Вы почувствуете некий комфорт. Далее проводим повторение микродвижений человека, сидящего напротив. Если я сейчас пошевелю вот этим пальцем, и Вы за мной вслед это повторите, считайте, Вы уже находитесь в пограничном состоянии.

Это так называемая ***тактика присоединения***.

Если люди сидящие друг против друга однополые Вы можете повторять способ дыхания человека, т.е. он дышит носом, и Вы дышите носом. Но надо помнить, что дыхание в такт работает только в однополом варианте, так как мужчины и женщины дышат по-разному. Женщина дышит диафрагмой, мужчина, в основном, грудью.

Второй момент – ***повторение микродвижений***.

Третий момент – ***отзеркаливание позы***.

Повторяем для запоминания.

Но существует еще более высокая тактика, помимо описанных выше.

Это: ***слушать лингвистический анализ речи человека***.

Люди делятся на две категории – ***визуалы*** и ***аудиалы***, это те, кто видят, и те, кто слышат. Если к тактике присоединения Вы присоедините то, что я сейчас покажу, то считайте человек входит в пограничное состояние мгновенно. Это Эриксонский гипноз самый обыкновенный.

Если человек говорит:

- Я обычно, смотрю.

То Вам надо ему что-то показывать, а не рассказывать, то есть брать ручку и в тетрадке показывать, как эта схема выглядит.

Если человек говорит:

- Мне рассказывали.

То у него аудиальный образ, который создается подсознанием в голове.

И Вам нужно рассказывать ему, ни в коем случае не рисовать. В этом случае Вам надо нажимать на лингвистику, т.е. говорить ему вещи, которые он хочет слышать на том языке, на котором он должен слышать, на языке, который в соответствии со своим ЛБК он, понимает. Если ему что-то нужно потрогать, то в таком случае Вы должны дать ему что-то потрогать, тут ключом может быть все, что угодно: диктофон, зажигалка, ручка. Только он дотронулся до зажигалки, все, что Вы ему сказали, тут же упало в подсознание. И он будет принимать решение, которое Вам нужно в этой ситуации.

Я Вам рассказываю элементарные вещи, не углубляясь в тактику, что такое, например, метод разрыва шаблонов, что такое метод забалтывания, что такое метод трех «да», что такое стопорящая клавиша, что такое механизм постановки в ситуацию, когда человек не может ничего сказать, ему приходится выбирать, а цель между тем, уже достигнута. И Все же несколько слов о тройной петле Мартина Эриксона. Я прерываю на самом интересном месте свое повествование и перехожу к другой теме. Делаю так трижды, вкладываю файл в серединный перерыв, тот, что нужно. Заканчиваю первую историю, заканчиваю вторую историю, заканчиваю третью – вот Вам тройная петля Мартина Эриксона. Вот как она срабатывает. И мало того, от нее нет защиты. Вообще нет защиты. Она работает безотказно в любой ситуации. Поэтому и взяли ее на вооружение. Я проводил этот эксперимент даже с профессионалами спецслужб. Результат один и тот же – то, что я хочу, я получаю всегда. Есть еще множество тактик в Эриксоновском гипнозе, которые позволяют со-

вершенно четко получать те ответы на вопросы, которые Вам нужны. То есть добиваться согласия человека.

Сейчас мы разобрали момент, связанный с тем, как нужно общаться и работать с потенциальным клиентом. Теперь мы рассмотрим *пошаговые моменты*, когда человек приходит в компанию:

- сначала его просветили «рентгеном» (1 и 2-й частью рентгена);
- третьим ключом определили ЛБК, дали себе рекомендации;
- разучили навыки и адаптировали их под ЛБК человека;
- завели его в коридор, в котором все задачи для него выполняемы.

Как только его завели в коридор, он попал в состояние ЛБК – навыков, у него ЛБК срослось с навыками, которые ему необходимы, их мы адаптировали. Мы набрали для человека набор инструментов из этой большой коробки, именно ему подходящих. Вот она эта коробка – «ящик Пандоры», мы его вскрыли – и там лежат в огромном количестве – навыки. И если потенциальный клиент человек действия, ему нужно поставить такие навыки, которые позволили бы ему действовать, и при коротких разговорах решать задачи определенным способом.

А вот у кого риторические навыки, тот дольше переходит к действию, чем первый человек. Поэтому, человеку с риторическими навыками, этот промежуток между действием и словами, нужно сократить. В этом случае нужно освоить другие навыки. Но это тема отдельного разговора.

Человека ввели в коридор, загнали в «обойму», и он по этой «обойме» чудненько и ладненько двигается вверх, как он двигается, мы уже обсуждали ранее.

Мы сейчас описали набор навыков, которые необходимы каждому человеку для работы в различных ситуациях.

Как завязать контакт с клиентом

Это очень любопытная тема, никто ее не знает. Спросите любого человека, как завязать контакт с потенциальным клиентом, он не ответит Вам.

Суммируем и отбираем то, что мы сегодня сказали. Все это выльется в строгую систему подготовки наших спецкадров.

Шаги к контакту с клиентом:

1. Проводим диагностику клиента (мы анализируем внешние признаки, анализируем ЛБК человека: смотрим нос, глаза, уши, созвездие и т.п., что ему комфортно, а что нет).
2. Выявляем тип восприятия (визуал или аудиал).
3. Уточняем язык (на котором он говорит, желтый, синий, красный, зеленый).
4. Выясняем, чем мозг человека занят в данную минуту (т.е. в каком состоянии он находится – в поиске удовольствия, освобождения от проблемы, или в пограничном состоянии).

Ваша задача перевести его **в пограничное состояние**. Для этого все эти тактики и используются. Мы как бы его гипнотизируем, он переходит в пограничное состояние, и с ним можно работать.

Если Вы работаете с потенциальным клиентом в зоне удовольствия, то Вам постоянно нужно давать ему удовольствия, в противном случае он просто убежит их искать.

Если Вы работаете в зоне освобождения от проблем, он не будет Вас слушать, его гложет сейчас его проблема.

Все наши действия направлены сейчас на то, чтобы направить человека в пограничное состояние между удовольствием и освобождением от боли и страданий. То о чем мы сегодня и говорили. И вот все эти приемы – отзеркаливание позы, тип восприятия, присоединение к клиенту, все это направлено в комплексе на то, чтобы ввести человека в пограничное состояние, в момент, когда с ним можно работать, когда он будет наиболее успешно воспринимать наши слова. Как только Вы его ввели в это состояние, Вы можете вкладывать в него всю информацию, которую Вам нужно.

Было проведено не одно исследование, чем одни психиатры успешные отличаются от неуспешных. В принципе методики на сегодняшний день все известны, они написаны в книгах, ими можно пользоваться. Если задавать вопрос, что кто-то это делал до меня и как я могу это использовать для себя, как я этим могу воспользоваться? Можно получить колоссальные положительные результаты.

Вы найдете в Интернете книжки по психиатрическим методикам, психоаналитическим, прочтете великих авторов. Все это можно освоит, выучить. Но! Есть одно Но! Есть человек, который все это собрал и всему научился, но не все у него получается. А почему не получается? А потому, что успешные психиатры от неуспешных отличаются тем, что первые начинают работать с клиентом только после присоединения к нему, т.е. после приведения его в пограничное состояние. А неуспешные работают сразу, как говорится с «колес».

Думаю, то, что я Вам сейчас рассказал на такой научной основе к бизнесу, в работе с клиентом еще никто не подходил. Вот Вам та тактика, та система работы, которая позволяет вводить человека в пограничное состояние.

Снова «Компас»

А сейчас мы снова вернемся к «Компасу». И рассмотрим его не как только техническую вещь, но как метафизическую. Что такое «Компас»? «Компас» - это сознательное формирование своего окружения. То есть Вы окружаете себя теми людьми, забывая каждого человека в эту систему, которыми Вы хотите себя окружить и отсюда все Ваши успехи. Мы выяснили огромную метафизическую составляющую «Компаса». Люди, которые стали пользоваться «Компасом» стали в 10 раз успешнее. Всего лишь за неделю, что он работает у них, результаты их деятельности увеличились в 10 раз. Они стали сознательно формировать свое окружение. Мало того, что он позволяет искать способ решения задачи. Он еще и позволяет Вам сознательно формировать свое окружение, по собственному разумению и желанию,

позволяет создавать слой своего мира. Вот это страшный **метафизический эффект**.

Человек, который имеет «Компас» в своем распоряжении и который с ним занимается серьезно, вбивает туда каждого человека, с которым познакомился. У киевлян, которые пользуются «Компасом» результаты за две недели выросли в 10 раз. Они сознательно отсекали людей, которые им не нужны и сознательно вбили самых близких и интересных. А потом это «записывание» входит в привычку. Представьте себе, если Вы в день знакомитесь с одним - двумя человеками, то в год это более 700 человек, вбитых в «Компас». Вами начинают пользоваться через «Компас» другие незнакомые Вам люди. Вы начинаете получать за это деньги. Это потрясающе! «Компас» - это вещь 29 века, мы создали продукт 29 века, то чего человечеству не хватало. То есть сознательное формирование своего окружения, своего собственного слоя мира с возможностью решения задачи любой сложности. Вот, что мы получили на выходе из «Компаса». Настало время, когда этой темой занимаются серьезно и киевляне, и я сам, и наши сотрудники. А стоимость этой услуги – 50 гривен в месяц. Это доступно каждому студенту. Пользоваться «Компасом» может себе позволить каждый человек.

Я недавно был в Киеве, и молодежь обступила меня с вопросами, в чем собственно секрет моей успешности? Они говорят:

- Вы может все.
- Это неправда, - отвечал я им.

Что же позволяет уметь все? Все проблемы в навыках, которые имеет человек. Если навык – часть тебя, все просто. Но можно приобрести массу навыков, которые ни Вам, ни бизнесу не нужны.

Попытаюсь раскрыть Вам некоторые секреты моей успешности, почему я умею делать то, что не умеют другие, почему я ценен для руководства всегда. Я не просто расскажу, я приведу Вам конкретные примеры по каждому вопросу.

Принципы в жизни профессионального консультанта

Первый принцип, который надо соблюдать в жизни профессионального консультанта, да и вообще в жизни:

- восхищайтесь своим руководством.

Поясню почему. Дело в том, что человек по жизни общественное животное и ему хочется принадлежать к обществу более значимому, чем он принадлежит на сегодняшний день. Если Вы восхищаетесь своим руководством, поднимаете свое руководство в глазах какого-то человека, то человеку в это общество очень хочется. Вот, что происходит в мозгу потенциального клиента. Если Вы анонсируете своего шефа постоянно. Шефу будет приятно, что Вы его анонсируете. Ваше окружение будет хотеть попасть в это Ваше общество, будет тянуться к Вам. Так как Вы принадлежите к «великому». Он Вам благоволит. Как это работает? Вы поднимаете шефа и идете за ним. А все Ваше окружение пытается бежать за Вами. Если Вы это делаете с утра до вечера ежедневно – Вы станете богатым и успешным человеком по жизни. Всегда восхищайтесь своим руководством.

Второй принцип:

- очень важно для каждого человека в жизни иметь успех. Каждый вечер спрашивайте себя, чего я достиг за сегодняшний день.

Вы должны иметь собственный успех всегда, хоть маленький, но он должен быть. Документируйте свои успехи за день. Это программирует подсознание. Каждый вечер пишите, анализируйте свои успехи. Ежедневно анализируйте итоги дня. Тратьте 15-30 минут ежедневно для программирования своего подсознания.

Третий принцип:

- готовьте людей. Если у Вас нет учеников, не обучайте людей успехов Вам не видать.

Обучение людей – это потрясающая вещь, делитесь опытом с людьми всегда. Почему? Потому, что, делаясь своим опытом с десятью людьми, они слышат это один раз, а Вы десять раз. Вы как бы прорабатываете эти идеи на будущее для себя, Вы программируете свое подсознание. Самый быстрый способ чему-либо научиться – думать, как я буду это преподавать. В

свое время у Б. Тресси в институте был поставлен эксперимент: одни люди учились навыкам, а другим говорили, что им надо учиться преподавать навыки. Одни думали, как они будут преподавать навыки, а другие как они будут исполнять навыки. Так вот, те, которые думали, как преподавать навыки, обучились навыкам быстрее в десять раз, у них все стало получаться само собой. Те же, кто пытался внедрять навыки, потеряли на это времени в три раза больше. Поэтому надо думать, как чему-то научиться, и как это надо преподавать.

Четвертый принцип:

- делайте для людей. Чтобы что-то получить, надо что-то отдать.

Есть несколько способов что-либо делать. На самом деле, чем мы все занимаемся? Мы покупаем время. «Компас» покупает время – он сокращает период поиска конкретного человека для решения вопроса, до нескольких секунд.

Мы покупаем время. Всегда. Вложить всегда можно три вещи:

- деньги;
- усилия;
- деньги и усилия.

Таким образом, во втором и третьем варианте эффект много больше. Больше давайте людям, я покажу, как это работает на примере. У вас есть всегда что-то, что Вы можете отдать: информация, предмет, книга. В голове потенциального клиента развивается комплекс неполноценности: подсознательно ему хочется сделать Вам что-то в ответ, в том числе отдать своего потенциального клиента. Он считает, что он Вам должен. В качестве примера, мне удалось получить книги, которых еще нигде не было в продаже.

- Как это я могу использовать для себя, - подумал я.

Подсознательно срабатывает механизм -надо записать их на диск. И вечером на встрече с другом я дарю ему это. А взамен он дарит мне информацию полезную для меня. Отдавайте и - получите взамен.

Пятый принцип:

- восхищайтесь своими клиентами, Хвалите клиента, получите в свой адрес то же самое.

Проверено опытом. Кукушка хвалит петуха, за то, что хвалит он кукушку.

С утра до вечера восхищайтесь своим руководством, восхищайтесь своими клиентами, безвозмездно давайте людям, что можете дать, что этому человеку интересно.

Применяйте все эти тактики и техники, программируйте свое подсознание, и Вы будет обречены на успех.

Сегодня я и мой собеседник познакомили Вас с очень важными вопросами и очень важными темами. Мы подробно рассмотрели темы: «принципиальные приемы», «пересмотр образа жизни», «как мы готовим людей». До нас эти вопросы никто не поднимал, в силу разных обстоятельств. Несмотря на то, что они очень важны в нашем с Вами бизнесе. Мы очень надеемся, что этот материал поможет Вам в Ваших делах.

РАБОТА НАД ОШИБКАМИ

Любая бурно развивающаяся система иногда подвержена некоторым отклонениям и соответственно требует определенного контроля и корректирования.

Вот что и случилось у нас летом 2007 года. Проверка показала, в каком направлении надо работать, и какие мы ошибки допустили. Большинство наших работников и сами предприятия получили высокую оценку, чего нельзя было сказать о периферии. В областях, где всех сотрудников себе подбирали сами – двойку сложно было поставить. До единицы не дотягивали.

Разговор пойдет о предприятиях, в которых что-то «обойма» построила, что-то было создано линейным способом через подбор персонала. Но! Все они имеют в своем ключе оп-

ределенные вещи, которые они не делают и поэтому не имеют никаких результатов. Три или четыре области мне особенно «понравились» – это Львов, Николаев, Житомир, Полтава. Ну, вот дайте «Бэби» новую игрушку. Дали фирму людям, которые были далеки от всего этого, но, а как все это выглядело на самом деле мы, и посмотрим в «работе над ошибками».

Поговорим по всем этим вопросам, выявим, какие недостатки проявились за все это время, а потом сосредоточимся на «задачах первой категории сложности».

В чем собственно суть ситуации? Что делают наши люди?

Во-первых, они не считают возможным разобраться в том, что это такое. Практически все люди, которые приходят к нам в компанию, начинают свою деятельность с решения тестовой задачи. У каждого была такая тестовая задача. Чаще всего эта тестовая задача состояла в заключении контракта, за деньги, все, как и положено.

По задаче первой категории сложности Вам необходимо найти клиента.

Но никто, однако, не утруждает себя занятием разобраться, а что же это, собственно, такое? Что это за задача такая и как ее решить?

Проходит совещание. Спрашивают одну сотрудницу (девушка с очень хорошими выходными данными):

- Как успехи?

- Все хорошо, ищем.

- Позвольте Вам задать один вопрос. И если Вы мне ответите, то мы поймем, что все хорошо, если не ответите, то нам срочно необходимо принимать какие-то меры, что-то делать.

- Ну, спрашивайте, - отвечает она.

- Как, по-вашему, выглядит задача первой категории сложности?

- Что Вы имеете в виду?

- Чтобы что-то найти, надо что-то понимать, например, что чашка полая внутри, у нее есть ручка, круглое основание, служит для наливания жидкости, и отличается она от пепельни-

цы по ряду параметров, в том числе по функциональным свойствам, - ответил я.

Какие-то признаки, квалифицирующие вещь должны всегда присутствовать.

Здесь она призадумалась.

- Вы ищете то, что, в принципе, Вы найти не можете. Вы просто не знаете о его существовании, - говорю я.

- Ну, да, - отвечает наша сотрудница.

Месяц человек мучается, не понимая, что же ему нужно делать по этой задаче, но с завидным упорством продолжает это делать. Просто потрясающая вещь.

У человека существует три порока в бизнесе:

- он не на том сосредотачивается, на чем нужно, он не понимает, что ему нужно, и не хочет разбираться;

- он не пользуется языком, он ничего не спрашивает у старших товарищей, у начальства, просто молчит;

- потрясающее чувство собственной значимости и самоуверенности в том, что он все знает, как и что делать.

Поочередно разберемся с каждым из этих моментов.

Первое – это нежелание разбираться.

Дают человеку задание: пойдти туда не знаю куда, принеси то, не знаю что. Он говорит:

- Хорошо. И уходит.

Итак, происходит каждый день. На самом же деле, пока человек не поменяет у себя в голове установки, ничего не получится. Вы хоть до потолка можете подпрыгивать. Он все равно будет идти туда, не зная куда, и искать то, не знаю что. Мало того еще потрясающее руководство говорит:

- Пойдите и сделайте.

Пойдите мне Вия приведите. А как он выглядит, кто он такой не знает. А оказывается Вий это самый главный черт на украинском диалекте. Вот так.

Нужна только смена установок в голове.

Руководство сказало, что нужно делать задачу первой категории сложности и все встали и пошли ее делать. Создается

броуновское (хаотичное) движение, все куда-то движутся, суетятся и бегают.

Непонятно, правда, зачем двигаются, почему двигаются и куда двигаются. Кому это нужно?

Второе – человек, находится в состоянии «летаргического сна». Вещь хорошая. Но он никогда не спрашивает себя:

- Как я могу использовать это для себя в жизни?

Например, даем сотрудникам ключ от «Компаса». И что же? Много ли людей забили туда свое окружение? Нет. Есть ключ и, слава Богу.

Спрашиваю:

- Вы забили все свое окружение в «Компас»?

- Частично.

Мало того, человеку созданы все условия для работы – от компьютера, до бесплатного Интернета. Только работай, забивай свое окружение. Нет. Есть дела поважней.

Человеческий мозг ранжирует вещи по степени важности. А важно то, что легко. А то, что непривычно – это не важно.

Что такое критерий? Кто-то привык гоняться на машине по городу целый день и встречаться непонятно с кем. И так, изо дня в день. На днях этот сотрудник приводит мне клиента. Дело разворачивается в Николаеве, тема интересная, но клиент совершенно неплатежеспособен.

Спрашиваю:

- Какой бюджет предполагаете?

- Вы назовите, а мы подумаем.

Я говорю:

- Да нет, эту задачу можно выполнить за 30 тысяч долларов за один день, за 1000 долларов – за год. Все дело в факторе времени.

Ответ:

- Мы подумаем.

И вот до сих пор думают. А вечером звонок сотрудника, речь идет о предоставлении рассрочки клиентам. Я им говорю:

- А можно мы будем в рассрочку решать Вашу задачу? Но цена будет другая. Нет проблем. Давайте решать по частям.

- Это как?

- В рассрочку это 10000\$.

Ну, погнали мы людей в Николаев, поработали они, год ждем. Прошло два месяца, данные устарели, все надо заново делать, перепроверять. Если только потренировать наших людей?

Следующий случай произошел в Одессе. Здесь сотрудница усердный человек, вбила свое окружение в «Компас». Я проверил все ее окружение. Чуть в обморок не упал.

Она хочет заработать миллион долларов. Но посмотрите ее окружение: таксист, маркер в миллиардной, вышибала и т.п.

Я звоню ей и говорю:

- Ну, как можно зарабатывать миллион долларов, имея такое окружение? Нет здесь никакого миллиона. Нет и все.

Третий случай в Херсоне. Это вообще шоу Бэни Хила. Мы всегда, перед тем как что-то делать, ставим задачи и цели, которые надо достигнуть.

Сотрудница:

- Вот у меня цель - дом построить и купить БМВ-750.

- Давайте посмотрим, а с кем Вы живете?

- Живу с любимым человеком.

- Чем занимается Ваш любимый?

- Продает мотороллеры.

- Но там нет БМВ-750, Вы нашли себе пару совсем неподходящую, ну если Вы хотите мужа, то он у Вас должен быть бизнесменом, по крайней мере. С Вами в одной идее, в одной обойме он должен быть. Только так, по-другому нельзя никак. Ну, если он Вам говорит про «запорожцы» целыми днями, это же Вас программирует.

Давайте посмотрим, кто Ваши друзья, окружение. Все, как и в предыдущем случае – никто.

- Не будет здесь никакого БМВ. Я реально оцениваю всегда ситуацию, я знаю, могу ли дать это человеку, пришедшему в нашу «Обойму» или нет, - говорю я.

- Не смогу я Вам это дать, - повторяю я.

- Почему?

- Так не бывает, ну нельзя спать с дворником и ездить на БМВ-750. Бывает по-другому, сначала есть БМВ, а потом и дворник находится.

- Я люблю его.

- Но какое это уже имеет отношение к работе? - замечаю я.

Вы у меня просите вещь, образно говоря, яблоко. Я говорю, что оно стоит 100 тысяч долларов. Итак, Вы хотите съесть яблоко, платите 100 тысяч долларов, или Вы ходите в кармане со 100 тысячько долларов просто без яблока, и чувствуете себя вполне нормально.

- Я подумаю, - отвечает сотрудница. И вот думает до сегодняшнего дня.

Ну не может человек искать «не знаю что». Дело здесь не в кратковременности подготовки, дело все в том, что им говорят, что нужно делать, а они на этом сосредотачиваться не хотят. Они находятся в петле захвата. Эта вот петля и тягает по всему городу одного сотрудника. Именно в этом все несчастье: в бессмысленном мотании по всему городу. Ну, вложили мы 50 гривен в бензин, но мы должны видеть и отдачу, мы ведь бизнесмены.

- Я стараюсь, отвечают мне.

Но продолжает все делать по-своему, не слушает, что я говорю. Хотя каждый вечер ругает себя, однако утро начинается все с того же.

Смысл в чем? Пока в голове установки не изменятся, ничего не будет. Пока Вы не начнете задавать себе вопрос:

- Что это такое задача первой категории сложности, задача второй категории сложности?

В понятиях определиться необходимо было бы. Что конкретно начальник имеет в виду, ставя задачу. Что это? Сколько стоит? Не менее 5 тысяч долларов, или может 200 долларов? Система признаков должна быть выстроена.

Далее. Просто потрясающая вещь. Сотрудник:

- Я ушел работать на компьютере.

Начинаю объяснять, что значит владеть компьютером.

Мы предполагаем, что понятие «владеть ПК» это не только умение печатать в «Word». Этого просто недостаточно. Вы должны знать работу «Microsoft Office» и сопряженные с ним системы свободно. Уметь за короткий промежуток времени разобраться в других системах, таких как «Microsoft Acces». Уметь делать презентацию в «Microsoft Power Point». Вы должны уметь делать это, так как это Ваш хлеб. Мне пришлось наблюдать в самолете за работой американца. Весь полет - полтора часа он в «Power Point» готовил презентацию для своих переговоров в Симферополе. Он работал на клавиатуре своего ноутбука вслепую. Все картинки расставил, все сделал за время своего полета. Это его хлеб. Видно, что это менеджер по продажам. По нему видно, что он бизнесмен.

Вы должны свободно работать с Интернетом. То есть, если Вам сказали, что это есть в Интернете, значит, это надо найти. Мы не ставим задачу, если сами до этого ее не выполняли. Никогда не бывает таких вещей, которые не похожи на то, что я до сих пор делал. Практически все задачи, которые поставлены, до нас кто-то уже делал. Если я говорю, что надо найти задачу первой категории сложности, то значит, уже тысяча человек делала ее до Вас.

То есть нежелание разбираться, как это все выглядит, нежелание понимать, что, прежде всего, надо изменить установки в своей голове, потоки во внешней среде. Нежелание разбираться в том, что важно на сегодняшний день, а что нет. Важно главное, ты поставил себе задачу стать бизнесменом, стань им.

Постоянно наблюдаю еще одну вещь. Меня просят:

- Дайте, пожалуйста, мне книги домой, поработать с ними.

Иду домой, копирую эти видеокниги. А проситель берет их, приносит домой и кладет на стол и все. Он забывает про них вообще. А там ведь все написано по дням, когда, какой материал слушать, и в какой последовательности.

Или вот одна наша сотрудница купила пакет «Intway». Я ей говорю:

- Зачем купили? Купите «Player», он принесет Вам много денег, а пакет «Intway» еще не факт, научитесь, принесет, не научитесь, не принесет. А вот «Player» принесет. Здесь обобщенные данные по всем параметрам, которые мы используем. Если слушать каждый день, утром час и вечером час – больше и не надо. Через месяц совсем другие результаты у человека будут, другая установка.

Нет! Все делаем по-своему.

Следующее. Есть в Одессе один человек, занимается тренингами. Утром у меня раздается звонок:

- Произошло грандиозное событие!

Что могло такого грандиозного произойти за время, что я спал: началась атомная война, рассыпались еще два небоскреба в Нью-Йорке, Усама Бен Ладен напал на Буша лично?

- Сегодня трехдневная международная конференция «Intway» в Севастополе, - говорит собеседник.

Далее следует из разговора, что человек, который занимался тренингами, работая ранее в «Intway», продал моему «раннему» абоненту свой бизнес, т.е. эти центры получения доходов. Вот Вам, пожалуйста, люди, которые год назад начинали заниматься «бинарным планом», многоуровневым бизнесом, сегодня от этого бизнеса освобождаются. Мало того, не только бизнес оставляют, но даже телефоны сменили. Идет война двух маятников «Intway» и «Amway». Спонсоры в «Amway» оказались посильнее, и они добились прежнего владельца. Начали его добивать год назад, для того чтобы он все продал. Хотя, что такое «Amway»? Это бытовая химия, хороший бизнес для домохозяйки, но для парня, который хочет заработать большие деньги это немного не то. Вот человек реально вложил много денег в этот бизнес, что-то вырвал отсюда, продал свой бизнес и исчез. Вот так будет с «Intway» дальше на Украине. Все себе отдают отчет, что когда люди платят деньги за «голову» – это ни к чему хорошему не приводит.

Что же выявлено при контроле на протяжении последних шести месяцев? Это:

1. Незнание компьютеров.

2. Берут юридические дела и не дают оценки этим делам. То есть берут нерешаемый вопрос, и много денег у клиента. А решить вопрос не могут. Обещают клиентам, что сделают, а сделать-то и не могут. Непрофессиональность. Отсутствие профессионализма, как такового.

3. Три кита, которые мы сейчас обсудим:

- первое - идут туда, не зная куда, несут то, не зная что;

- никто не желает сосредоточиться на главном;

- не желают пользоваться языком вообще.

Они заряжаются с утра и до ночи, совершают массу движений. Может для кого-то это и кажется работой. Но в большинстве случаев это бесполезное, хаотичное броуновское движение, ничего хорошего не приносящее.

Спрашивать не желают старших товарищей. Джим Рон в свое время говорил:

- Почему люди бедные? Миллионеры на определенном уровне, довольно охотно делятся своими знаниями. Кто из Вас хоть одного миллионера порадовал, заплатил за его кофе во время встречи с Вами? Американцы около 70 процентов сказали, что они не должны платить за кофе этого миллионера. Он сам богатый может за себя заплатить.

То есть просто потрясающе. Вам нужна информация, он ее знает, у него все получается, у него куча денег. Почему Вы не можете купить ему кофе? Его же надо каким-то способом посадить за стол переговоров. Пригласите его на кофе, на обед.

Джим Рон:

- Пойдите к миллионеру, пригласите его на обед и закажите как можно больше блюд, чтобы обед длился дольше. Спрашивайте, спрашивайте и спрашивайте - 3-4 часа спрашивайте. Они, миллионеры, довольно охотно делятся информацией. Им нужно поделиться своими достижениями, кому-то нужно об этом рассказать. Этого никто не делает.

То же происходит и с нашими сотрудниками. У меня, почему всегда все получается? Я имею ввиду по жизни, в работе? Да я пристегивался к старшим товарищам. Я даже алкоголь употреблять перестал, так как все время находился за рулем. За

один вечер, проведенный с ними, я узнавал больше об этой работе, чем за 6 лет университета. Потому, что они обсуждали конкретные дела. Как люди выходили из конкретных ситуаций. Как действовали они в конкретных ситуациях. Слушать это крайне важно.

Нет! Никого спрашивать не будут. Не умеют сосредотачиваться на главном, не умеют пользоваться языком.

Когда люди не умеют сосредотачиваться на главном, они так и поступают – взяли диск с книгами и положили на стол, и забыли про него навсегда. А Вы сядьте, напишите план мероприятий, как Вы будете действовать, остановитесь, послушайте, как люди делают это. Пойдите с этим планом, посоветуйтесь со старшими товарищами. Поинтересуйтесь, выполним ли Ваш план или нет? Наверняка они скажут:

- Да, наверное, этот план интересен. И мы раньше уже делали это, и столкнулись вот с такими трудностями. Как будешь эти трудности обходить? Есть план? Посоветуйся.

Нет!

И еще один момент – пока установки в голове не поменяются, Вы не придете к пониманию, что, зачем и почему, Вы не станете тем человеком, который совершает правильные действия, ведущие к результату.

Что такое вообще совершение действий, ведущих к результату? Есть такой закон – мы не воспринимаем вещи, которые проходят сквозь призму наших установок. Ну, например, мы вот считаем, что собака летать не умеет. Если мы видим летающую собаку, то нам кажется, что это все мистика, хотя она может действительно летает. У нас есть установка, что собаки бегают, а не летают. Все. Набор этих установок и мешает человеку выйти за их грани. Человек говорит:

- У меня не получится.
- Почему? – спрашиваю его.
- Это ни у кого не получается.

Здесь два момента:

- стадный рефлекс;
- система установок.

Человек стадное животное. Как многие великие ораторы заставляют человека подписывать договоры? Загоняют людей в аудиторию до ста человек. И человек начинает думать:

- Вот 99 человек тоже хотят это делать, и я буду это делать.

Человеку крайне важно иметь фактор социального подтверждения. Почему бы Вам самим не создать этот фактор социального подтверждения, найти «Обойму», людей успешных, которые уже делают это дело. И делайте, как они.

Б. Тресси сказал:

- Успех – это на самом деле простая вещь: Вам нужно найти успешных людей, расспросить их, как они это делают? И делать то же самое до бесконечности, пока у Вас это не получится.

Все просто. Нужно получить информацию, как они достигают этого успеха, и повторять за ними до бесконечности. Это описано в различных книгах, везде написано одно и то же. Выяснить, что нужно делать и делать это до бесконечности, пока у Вас не получится.

Как долго Вы можете удерживать в голове те установки, которые ведут Вас к успеху? На самом деле все очень просто. Единственно нужно понимать, что в физическом плане, чем больше Вы прикладываете усилий, тем больших результатов Вы достигните. Например, при колке дров. А в умственном плане – наоборот, чем сильнее напряжение, тем меньше результат, т.е. чем расслабленнее Вы работаете, чем чаще фиксируете конечный результат, образ конечного результата в голове, тем чаще программируете свое подсознание. Письменно записывайте свои цели от руки, чаще корректируйте ход своего движения на умственных репетициях. Утром встаете и пишете, что Вы хотите, записали глобальную цель. Затем на следующий день смотрите и переписываете, если что-то Вам не нравится. И так, каждый день. Тратите на это двадцать минут. Все это Вы получите. Однозначно. А если Вы еще и репетируете в голове, прокручиваете слайды, как Вы будете добиваться этого, то в этом случае Вы

будете уже точно знать, что Вы хотите, до мельчайших подробностей.

Вы заставляете себя каждое утро 15 минут сосредотачиваться на главном, с этого «колеса» у Вас идет весь день. Вы уже точно знаете, запрограммировав себя утром, какие конкретно действия Вам нужно совершать. Вы уже не совершаете броуновское движение.

Вы пишете себе план под каждую цель. Вы проконсультировались со старшими товарищами, как все это сделать. Он рассказал Вам о своем опыте, и только после этого Вы начинаете совершать правильные шаги, идти в правильном направлении.

Как выглядит задача первой категории сложности

И теперь к вопросу о том, как выглядит задача первой категории сложности. Это мы неоднократно обсуждали, но повторим еще раз.

Первое – это выездная задача.

Если мы возьмем бизнесмена, то здесь на месте, где он работает и живет у него все схвачено, даже если он будет что-то неправильно делать то, используя, связи, знакомства и даже взятки, он это все компенсирует, исправит как-то. Но как только что-то случается вне зоны его влияния, например, в Симферополе, вот тут все сразу и происходит, как положено. А если задачи возникают в Киеве, в областях Украины или в Москве, то здесь он совершенно становится беспомощным, он не знает к кому обратиться. Он обычный бизнесмен, обыкновенный человек, просто более успешный, чем другие люди. И вот здесь мы можем быть очень даже полезными ему.

Второе – экстренная задача.

Получается так, как только все хорошо - множество друзей, множество подруг. Как только деньги у человека пропадают, все, сразу все рассыпается, т.е. нет денег, человек под стражей, компаньоны начинают потихонечку растаскивать бизнес. И все - бизнесу конец.

Так вот «экстренная задача» - это когда все друзья отвернулись, и чаще всего бизнесмен в этой ситуации остается один.

Третье – альтернативный способ решения любой задачи.

То есть у Вас есть все, все идет и работает как надо. Но подстраховаться все же не мешало бы. Обычно это такая щепетильная ситуация, одни на ней спотыкаются, другие поднимают знамя. Бывает и так.

Четвертое – есть идея, нужна поддержка.

Что происходит? Есть деньги, есть технологии, надо выйти на рынок, но как не знаем. Как наладить связи, как все оформить правильно и грамотно, не знаем. Нужен план мероприятий – подвода на рынок этого предприятия. Мы помогаем. Ситуация нестандартная, никто не берется делать, потому что нет специалистов в этой области.

Пятое – нужен новый подход на высококонкурентном рынке.

Это скажем так - уперлись в железобетон. Работали, работали – все хорошо было, а потом раз и результаты резко пошли вниз, вроде все делаем то же самое, а становится все хуже, хуже и хуже. Нужно что-то менять, а что неизвестно.

Шестое - есть задача, но нет исполнительного звена.

То есть эту задачу некому решать. Внутренний персонал для этого не предназначен.

Седьмое – необходимо выполнить задачу не силами своего состава.

То есть мы не хотим, чтобы нас видели при выполнении этой задачи. Тогда возникает необходимость добавить новый отдел в компанию. Начинается многозадача и физически людей не хватает для решения этих задач. Существует сильный юридический отдел или отдел безопасности, но их там, специалистов, по два человека, а нужно минимум двенадцать - для выполнения этой задачи. Задача решается, затем отдел отсоединяется модульным способом, который мы обсуждали ранее, и продолжает работать на другом направлении.

Восьмое – Вы хотите вложить деньги в новый бизнес, используя наши технологии.

Естественно за деньги. Вот Вам те задачи, что мы сделали: мы выяснили, какие задачи повторяются больше всего на сегодняшний день, в компьютере посмотрели дела, находящиеся в производстве, которые чаще всего повторяются. И совершенно спокойно, раздробили их на однородные совокупности, выписали то, что на сегодняшний день постоянно возникает.

Вот вкратце, какие задачи первой категории сложности выполняются. И понятно, что такая задача не может стоить меньше 5 тысяч долларов. И понятно, что она сама по себе должна быть слабо структурирована. Что это значит? Существуют разрозненные элементы на сегодняшний день, и их надо собрать вместе, в одно целое. У нас есть что-то, еще что-то надо добавить, чтобы появилась картинка, и она должна быть со слабо прогнозируемым результатом. Скажем так, теоретически возможно, а практически сделать никто не может, никто не берется.

Вот основные квалифицирующие признаки задачи первой категории сложности.

Какую еще ошибку можно отметить в работе наших директоров в регионах? Они взяли фонд заработной платы, не поставили его в противовес клиентскому потоку, то есть недооценили клиентский поток, израсходовали фонд заработной платы за 6 месяцев, при клиентском потоке, ну, например, с коэффициентом 1 : 3. Например, 60 тысяч долларов фонд заработной платы за 6 месяцев. А клиентский поток 20 тысяч долларов, убыток предприятия на сегодняшний день составил 40 тысяч долларов. Из-за неквалифицированности кадров. Необходимо реально посмотреть на количество возможно привлеченных клиентов, и имеющих в наличии, и уже из этого соотношения рассчитывать фонд заработной платы.

Нет! Они делают иначе. Человек, он же любит результат, в человеческом мозге так заложено. Но все забывают, что результаты создаются, выращиваются, а не получают. Разница вот в чем, т.е. получить результат можно просто, купить машину, которую Вам хочется, для этого можно заложить квартиру, выплачивать потом много лет, если сможете. Это называется получить результат. А есть понятие выращивать и создавать ре-

зультат. Можно поставить три «Обоймы», взять кредит – две будут выплачивать кредит, а одна фирма будет приносить прибыль. Вот это и называется – выращивать результат.

Такой вот получился рассказ о допущенных ошибках и недостатках, обнаруженных в ходе проверочных мероприятий. Будем надеяться, что приведенная в статье критика благотворно повлияет на исправление недостатков в работе и положительно скажется на работе компании в будущем.

СТУПЕНИ К ДОСТИЖЕНИЯМ

Мы сегодня рассмотрим тему, состоящую из трех частей:

- развитие системы «Компас» на территории СНГ;
- почему одни люди, делая то же самое, что и другие, получают результаты, а другие нет;
- лидерство или, как вести за собой огромные массы людей.

Все наши проблемы и вопросы мы постараемся рассматривать, как бы преломляя их через призму видения проблемы самим Рэнди Гейджем, величайшим бизнесменом, величайшим лидером многоуровневого маркетинга, традиционного бизнеса, человеком, который воспитал миллионеров больше всех в мире. По мнению многих, Рэнди Гейдж станет преемником Джима Рона в будущем.

Мы посмотрим на себя глазами Рэнди Гейджа. Мы станем на его место, превратимся в него, и будем обсуждать нашу с Вами деятельность. Это так называемая высшая степень мастерства, мы увидим то, что называется видением чужими глазами. То есть, как смотреть на что-то глазами потенциального клиента, потенциального банкира, менеджера, работника фирмы и т.п.

Для того, чтобы управлять на механическом уровне любой ситуацией, надо уметь смотреть, уметь слушать, уметь видеть глазами и чувствами других людей. Чтобы сказал Рэнди Гейдж по этому поводу, находясь сегодня с нами за одним столом. Вот такой эксперимент мы и проведем сейчас.

Развитие системы «Компас» на территории СНГ.

Произошло это в одну из суббот июля сего года. Мне позвонил человек. Начиналось это давно, в свое время я познакомился с человеком, который часто посещал тренинги в Киеве. Он тщательно записывал мои тренинги, тренинги других специалистов. А для того чтобы пользоваться каким-то программным обеспечением, того же «Intway» нужно было купить пакет «Intway», и Вы становитесь как бы менеджером «Intway». И он в структуре своей организации увидел меня, единственного не развивающегося по данной технологии менеджера. Находясь в кругу шести человек, я их не развиваю. Это его очень беспокоило, так как я должен был на него работать и зарабатывать ему деньги. И вот он встречается с моим знакомым и говорит ему:

- Слушай, а как этого парня заставить работать? Он в Симферополе сидит этот парень, его нужно срочно заставить работать.

- Этот парень вообще гений и ему работать как тебе не нужно, - ответил мой знакомый.

- Тогда дай мне его телефон, и я подключу его в движение в этом деле.

- Возьми, но что-то я сомневаюсь, что ты его включишь в движение.

- Посмотрим, - ответил работник «Intway».

Надо сказать, что этот работник из «Intway» такой самолюбивый, Лев по знаку Зодиака, ну просто король Лир. И вот он совершенно бесцеремонно в восемь часов утра звонит мне домой и говорит:

- Мне нужен такой-то человек, у меня потрясающая информация, сегодня «Intway» проводит просто глобальную конференцию в городе герою Севастополе в ДКР, приезжают Козловский, Гранкин и еще много других людей, и они все будут преподавать, рассказывать, как нужно для «Intway» зарабатывать деньги.

Каково же было его удивление, когда он услышал в ответ две сухие фразы:

- Меня это не интересует.

И я положил трубку. Он снова перезванивает и говорит:

- Молодой человек, но Вы же менеджер «Intway». Почему Вы не хотите участвовать в структуре?

- Меня «Intway» в таком виде, как он существует, не интересует.

- Но это неправильно Вы должны со мной встретиться, я Вам все расскажу, и Вас это заинтересует.

- У меня свои планы, оставьте свой номер телефона, и если у меня будет время, я соглашусь с Вами встретиться.

Он диктует мне номер своего мобильного телефона, я, как нормальный человек, спрашиваю себя:

- Как я это могу использовать для себя?

И тут же получаю ответ: почему бы ни зарядить его в «Компас» в Одессе? Через сорок минут я звоню ему и говорю:

- Вы знаете, вот с 2 до 3-х у меня есть время, если Вас это никак не стесняет, я готов с Вами встретиться.

И вот мы встретились. Он рассказывает, что смотрел мой презентационный диск DVD по инструментам «Intway». Я говорю:

- Вы знаете, мир движется вперед, все течет, все изменяется, то, что Вы слышали полгода назад, уже устарело, уже существуют новые технологии, новые возможности.

- Так не бывает, - отвечает он.

Вы, наверное, помните, что он собирался делать? Он собирался мне объяснить, каким способом я буду зарабатывать для него деньги. А вынужден был слушать презентацию нашей системы.

Тема, которую я рассказывал, безусловно, живая, она очень важна на сегодняшний день для каждого человека, важна для каждого делового человека. Мы не ищем людей, которые не ищут успеха, которым не нужно финансовое благополучие, не нужна карьера. С такими людьми мы не общаемся.

А вот этот человек был, наоборот, из тех людей, которые ищут все это, и я понял, что если ему дать инструмент и показать как? У него пойдет все. Я рассказал ему о «Компасе». Не буду пересказывать все, что я говорил ему об этой системе.

Он слушал меня очень внимательно, понимая, что это «атомная бомба». Если методы «Intway» и даже той же «Обоймы» сравнить можно, то «Компас» с ними даже в ряд поставить нельзя. Это несравнимые вещи. А дальше было так. Он снимает трубку и звонит всем лидерам «Intway» и говорит:

- Слушайте меня внимательно, бросьте все дела и летите на место встречи, такси я оплачу. Вас ждет просто безумная информация.

И через определенное время на место встречи приезжают все лидеры «Intway», рассаживаются за столом. Люди все хорошие, но с мозгами, забитыми дурацкими доктринами, как за 300\$ получить какую-то прибыль. Начинаю задавать им вопросы:

- Вы мне поясните, пожалуйста, вот я молодой специалист и насколько себе представляю, что в многоуровневом маркетинге, должно что-то дублироваться. Я изучал линейную, сетевую, многоуровневую систему сбыта, продвижение товаров и услуг при помощи «PR» акций, телевидения, массмедиа, средств распространения и разгона информационных потоков, системы стопорящих клавиш. Я имею образование по глубинному анализу обстановки, происходящих процессов. Поэтому и хочу, так как привык досконально во всем разбираться, понять, что же дублируется в Вашей системе. В «Intway», как я понимаю, по миссии компании должен дублироваться путь в Интернете каждому человеку. Да? Каждый человек должен помочь другому человеку найти свой путь в Интернете. Эта миссия достаточно серьезная и полезная. Но любую же идею можно довести до абсурда. В Украине это так и произошло.

Весь абсурд системы «Intway» заключается в подключении, рекрутировании в свой маятник людей за 300\$.

Что Вы дублируете? Умение манипулятивными технологиями подключать людей в систему «Intway» с зарабатыванием 60\$ с человека. Что тут дублируется?

Никто из присутствующих не смог ответить на этот вопрос. И тогда мы перешли к новой теме – начали обсуждать «Компас». Передо мной сидела барышня, она достаточно ус-

пешный лидер в своей группе, психолог по образованию, много умеет. Я попробовал поговорить с ней следующим способом:

- Вы знаете, все познается в сравнении. Давайте-ка, разберемся и сравним Вас и дочь высокопоставленного государственного чиновника Украины. Итак, чем же Вы на сегодняшний день отличаетесь от дочери высокопоставленного чиновника?

Она говорит:

- Зачем мы будем это делать?

- У каждого человека должен быть одинаковый старт, несправедливо, когда старт разный, то есть у нее есть что-то, чего нет у Вас. Давайте мы это выясним.

- Вы хотите быть дочерью высокопоставленного государственного чиновника? Иметь те же самые возможности? Мы сейчас выясним, чем же Вы конкретно отличаетесь друг от друга. Найдя отличия, отсюда мы сможем и определиться.

- Давайте, - говорит девушка.

- Предположим, в чем Ваши отличия? – спрашиваю я.

- У нее папа круче.

- Термин «круче» для моего мозга весьма не понятен. В чем крутость папы?

- Ну, у ее папы больше денег и он ей выделяет их больше, чем получаю я.

- То есть Вы отличаетесь материальным благополучием.

Отметим:

1. Материальное благополучие.

Но это не совсем так. На Украине могут найтись люди с материальным благосостоянием гораздо выше, чем дочь государственного чиновника.

2. Возможности.

Что это значит? Это значит, что те люди, которые окружают дочку чиновника, имеют более высокие возможности, чем окружение нашей собеседницы.

3. Окружение.

У дочери государственного чиновника совсем другое окружение. Папа ее ввел в определенный круг. К ней все стремятся с дружбой, так как папа что-то может сделать им, помочь. Таким образом, этот круг сформировался за счет другого человека. Этот круг толкает ее вверх, авансирует ее. Допустим, я обратился к этой дочке, и она решила мои вопросы. Она стала второй частью своего папы.

4. Местоположением во времени.

Папа сегодня является высокопоставленным государственным чиновником, а завтра его может не стать. Все течет, все изменяется. Неизвестно в каком положении окажется эта девушка через десять лет. Как случилось с сыном И. Сталина – Василием. Дочерью Л. Брежнева – Галиной.

А вот у нашей собеседницы есть возможность в ее возрасте постараться, и стать женой этого высокопоставленного государственного чиновника. Такая вероятность существует. Неизвестно, хорошо это или плохо, что она на сегодняшний день – менеджер компании «Intway», а дочь чиновника – его дочь. Дочь чиновника может выйти замуж за кого угодно, и возможно папа отстранит ее от фамилии и семьи. Сколько подобных случаев в мире. Например, совсем недавно японская принцесса вышла замуж за простого человека и лишилась всех своих привилегий. Иногда королевские особы отрекаются от трона ради любви. Поэтому не факт, что местоположение дочери чиновника во времени сегодня имеет какую-то огромную ценность.

Теперь давайте зададим вопрос нашей собеседнице:

- Если бы все это, о чем мы говорили выше, изменилось бы в один день, и Вы бы получили возможности, сравнимые с возможностями дочери этого чиновника, у Вас бы было окружение соответствующее ей, Вы бы имели возможность получить материальное благополучие соответствующее ей и самостоятельно определять свое местоположение во времени, это как-то изменило бы Вашу жизнь?

- Ну, конечно бы изменило, - ответила наша собеседница.

- Тогда давайте я Вам расскажу о вещи, которая в один момент даст Вам все это.

- Так не бывает.

- У человека в глазу есть призма, через которую он смотрит на мир, и если это не соответствует убеждениям человека, то он это не воспринимает. Поэтому давайте эту призму снимем на минутку и добавим другое видение, предположим, что существует такая штука, которая бы за секунду дала Вам все эти четыре вещи, прямо сейчас. Не потом дадим послезавтра, и если будете себя хорошо вести. А вот здесь, прямо сейчас. Прямо сейчас Вы получите все вот это. А дальше все будет зависеть от Вас. Ну, представим себе ситуацию, что она, дочь чиновника, такая успешная, красивая, ездит на БМВ, в силу того, что вращается в определенных кругах, вдруг закрыла себя в монастыре, то тогда бы она никогда не ездила на БМВ, никуда бы не ходила, ни с кем бы не встречалась и не виделась, видимо, у нее этого всего бы не было.

Девушка со мной соглашается. И я говорю:

- Давайте посмотрим на мистический аспект системы «Компас». Именно на мистику «Компаса», а не на физическую его часть.

Таким способом я начал проводить презентацию «Компаса». Мистика «Компаса» в том, мы даже не предполагали, что он дает возможность в одну секунду получать любому человеку все то, о чем было сказано выше, на старте, в середине пути, в конце пути. «Компас» покупает время – это единственная система в мире на сегодняшний день, которая купила время людей. Кто этого еще не понял, много теряет. Время это такая категория неопределяемая, нет понятия определения времени, люди серьезно считают, что его вообще не существует. Человек позиционирован во времени, потому что существуют сутки, часы и т.д. На самом деле, во Вселенной, которая была, есть и будет, никакого времени нет. Оно то ускоряется, то порой течет вспять, и объяснения этому пока нет. Но при всем при этом мы сейчас посмотрим, дает ли «Компас» эти четыре компонента нашей собеседнице.

Рассмотрим второй пункт - *возможности*.

Итак, будем проверять. Чем отличается дочка высокопоставленного государственного чиновника от нашей собеседницы, вооруженной «Компасом». Мы сегодня уже говорили о Петре Порошенко. Знает ли наша собеседница Петра Порошенко? Сейчас мы проверим. Смотрим в «Компас», ведем поиск, ищем цепочку и находим ее. Она в действительности оказалась небольшая. Это я, Агеев, следующий Петр Порошенко.

А сейчас мы посмотрим в «Компасе» что-нибудь отвлеченное и простое, например, получение кредита в банке. Набираем слово «банк». Смотрим цепочку и видим: Деришкевич, Мальцева, Подуст, Понамарева, госрезерв – вот список финансовых учреждений, конкретных людей, которые дадут Вам кредит. Есть два способа решения задачи.

- Чего так мало? - спрашивает собеседница.

- А Вам, что деньги нужны, или количество банкиров? Те люди, которые находятся вот здесь в этой системе, точно дадут кредит. А все остальные банки, возможно, дадут, а возможно не дадут Вам кредит.

Реакция была просто безумная, когда она получила свой кредит в Запорожье и позвонила оттуда, и ей было очень больно и обидно за бесцельно прожитые годы. Она удостоверилась, насколько четко работает наша система.

Итак, мы увидели, что возможности у нас на сегодняшний день не меньше, чем у дочери высокопоставленного государственного чиновника.

Третий пункт – *окружение*.

Мистика «Компаса» именно в этом. Человек, когда смотрит на свое окружение в «Компасе», начинает потихоньку осознавать, что с таким окружением очень сложно чего-либо достичь в жизни (маркеры, таксисты, вышибалы и т.п.). Там нет шестисотых мерседесов. И наш разговор был построен таким способом. Я девушке объясняю:

- Знаете, я, конечно, потрясен Вашим окружением.

Первый камень в ее огород, это все она, конечно, понимает, что с таким окружением далеко не уедешь. «Компас» отрывает человека от сна, в котором он находится длительное время, и

показывает суровую реальность. В чем магия вбивания людей в «Компас»? Человек начинает понимать, что с таким окружением никуда нельзя приплыть. Это не корабль, это шестивесельный ял. И никуда он не поплывет, ни в какую Турцию, ни в какое открытое море. И вот оттого, что человек начинает понимать с помощью «Компаса», что свое окружение надо формировать самостоятельно, и начинается его успех. «Компас» заставляет человека оторваться от его летаргического сна, устроенного ему маятниками и заставляет обратить внимание на то окружение, которое должно толкать его вверх к успеху, потому что всегда короля играет - свита, и подвигает его на сознательное формирования своего окружения. А на следующем этапе «Компас» как бы заставляет человека формировать свое окружение таким, каким он сам хочет. Ни одна система в мире сегодня не дает возможности, по своему разумению, формировать свое окружение. Обычно окружение формируется случайностью и неизбежностью. А «Компас» позволяет сознательно проектировать свое окружение, как инженерное сооружение, в соответствии с тем уровнем успеха, который Вы запланировали. Вот желает человек окружить себя королями, окружает королями, желает дворниками - окружает дворниками. Таким образом, человек сознательно достигает тех результатов, которые ему необходимы на сегодняшний день. Хочет окружить себя дворниками, делает это, и становится дворником. Захотел себя адвокатами окружить, окружил адвокатами, и стал очень влиятельным человеком в судебной системе. Все остальное только техника. В предыдущих главах мы описывали, как это делается.

Четвертый пункт – *позиционирование места положения во времени*.

Имея «Компас», Вы покупаете время, временной разрыв в формировании окружения, то есть Вы одновременно имеете и прямую и обратную петлю в «Компасе». Прямая петля «Компаса» - это то окружение, которое формируете Вы, формируют Ваши люди, и следующие люди, идущие за ними. А вот обратная петля – это то, что Ваши старшие товарищи уже сформировали. И Вы одновременно с получением пароля и логина имеете

возможность пользоваться вышестоящим окружением в рамках «Компаса». Для этого надо сделать совсем немного - оплатить услугу стоимостью в 30 долларов. Рост базы «Компаса» открывает перед Вами все большие возможности, и сегодня Вы можете связаться с самим президентом страны. Мало того, сейчас стартуют московская и рязанская платформы. С точки зрения безопасности надо понимать, что каждый человек, вероятно, очень желает пообщаться с самим президентом. Вы можете не писать номера мобильных телефонов при вбивании в «Компас», а писать только возможности. Все будут знать только то, что они могут воспользоваться этой возможностью. Проблема вся состоит в том, чтобы за что-то зацепиться, с кем-то связаться. Вот что дает «Компас». То есть, можно позвонить мне, я позвоню Вам, Вы скажите мне, что этого лучше не делать, это неправильно, то, что Вас просят сделать. Все – ищите другую цепочку. Мы просто показываем транспортную задачу. Только Вы решаете, можно ли обратиться к человеку из Вашего окружения. Ваш круг для других людей ограничен Вами. Вы принимаете решение обращаться кому-то в Ваше окружение или нет. То есть всегда принятие решения за Вами.

«Компас» еще, чем хорош? У Вас существует общие знакомые, есть другая транспортная задача через Ваше окружение, но у того человека есть еще и свое окружение, и вот он принимает сам решение помимо Вас. Транспортная задача идет через Ваше окружение, но без Вашего участия.

Еще один пример о всемогуществе «Компаса».

- Знаете ли Вы президента США? - спрашиваю я у своей собеседницы.

- Нет, не знаю, - отвечает она.

- Это неправда.

- Почему?

- Потому, что любой человек любого человека в мире знает через шесть человек. Это закон. Хотите, продемонстрирую?

- Давайте.

Я знаю свою мать, она знает фрейлину королевы Беатрикс из Нидерландов, фрейлина знает королеву Беатрикс, королева Беатрикс знает президента США. Есть такая задача?

Таких транспортных задач можно построить много. Выбирайте ту транспортную цепочку, которая Вам наиболее приглядна для решения своей задачи, и вперед.

В этом-то мистика «Компаса». Только Вы сами выбираете ту транспортную цепочку, которая Вам необходима, с помощью которой Вы и действуете. Никто Вам не указывает, как делать, Вы сами принимаете решение.

Ваше окружение ограничено Вами – это еще один закон «Компаса». Если Вы участвуете в транспортных задачах, то Вы принимаете решение участвовать дальше в решении этой задачи или нет, обращаться в свое окружение, а оно в свое, или не обращаться.

В этом и есть главный закон безопасности «Компаса», то есть все на Вас может и остановиться, если Вы скажите, что это не для меня. Ищите другую транспортную задачу. Видны только транспортные цепочки до конкретной темы. Ваше окружение не видно никому. Вы берете и вводите сочетание минимум трех букв, например «биз». Все что связано с этим сочетанием букв машина выдает Вам. Или, например сочетание букв «суд», машина выдает все, что связано с этим сочетанием.

Мистика «Компаса» в том, что он заставляет человека становиться успешным осознанно, через все приемы, о которых мы говорили выше.

То, что в «Компасе» много технологий, и как при помощи его зарабатываются деньги - это все понятно. Смысл в другом. Главное предназначение «Компаса» - дать возможности человеку переформировать свою жизнь, таким образом, как ему это нужно по собственному разумению на старте, в середине старта, в конце жизни, и получать результаты, которые он желает получить.

Вот сейчас по «Компасу» вопрос, пожалуй, исчерпан.

Почему одни люди, делая то же самое, что и другие получают результаты, а другие нет.

Сейчас нам предстоит немного отвлечься для поднятия себе настроения. Говорят сатира, это такая отрасль, которая позволяет людям ускорять процесс корректировки движения к успеху. Вот сейчас мы с этим и разберемся.

Особенно интересно, чтобы сказал Рэнди Гейдж по поводу того, что, почему все делают одни и те же вещи, и у одних получается, а у других нет.

На самом деле вся проблема исключительно в том, как они это делают. Проблема именно в этом. Потому что разные люди, повторяя одни и те же действия, думают по-разному, видят по-разному, чувствуют по-разному. Примеров тому масса. Был случай, летели мы с женой в самолете ночью на высоте 10 тысяч метров, вдруг в иллюминатор я замечаю предмет очень похожий на НЛО. Взяв два листа бумаги, каждый из нас начал рисовать, то, что он увидел. Окончив работу, мы сравнили рисунки. И каково же было мое изумление - рисунок жены в корне отличался от моего, хотя мы видели этот предмет из одной точки, в одно и то же время. Вот Вам и подтверждение вышесказанного.

В свое время один великий человек сказал фразу:

- Что же нужно делать, чтобы успех был абсолютным?

Для этого надо делать три вещи:

- нужно иметь собственные успехи;
- нужно учить других людей;
- нужно восхищаться своим руководством.

Допустим, человек имеет потрясающие данные, возможности и связи, у него «Компас», которым он умело пользуется. Все у него успешно. Однако одного лишь «Компаса» недостаточно для успеха. «Компас» - это лишь инструмент для достижения цели. Не выполняя трех вышеуказанных рекомендаций, человеку невозможно иметь какой-нибудь значимый успех.

Что здесь имеется в виду?

Для одного человека десять тысяч долларов – огромные деньги, для другого их и на месяц не хватит. Каждый человек

должен выбрать свой уровень дохода, свой уровень благополучия, свой уровень счастья, для того чтобы получить то, что он хочет.

Разберем все эти три составляющие на генетическом уровне. Например, я говорю:

- Наташа, иди, делай это.

- Почему я должна это делать? – отвечает она.

Одни люди, не задумываясь, все это, сделают, и у них это получится. Другие должны разобраться, почему они должны это делать? Итак, первое – ***иметь собственные успехи.***

Речь идет о том, чтобы сразу пробовать делать то, что ты узнал, то есть от мыслей сразу перейти к действию. Допустим, Вы прочитали в книжке какой-нибудь метод и сразу начинаете его применять на практике. Вы отвлекаетесь от всего, и сразу к делу. То есть переход от новых знаний к навыкам происходит именно таким способом. Мы в ту же секунду, узнав метод, пытаемся его применить. Вот таким образом мы имеем постоянные успехи. Мы постоянно работаем над собой, сортируем методы, убирая те, которые не работают, и, оставляя те, которые нам нужны и работают. Как мы говорили об этом раньше, под каждого человека подбираем набор инструментов. Важен сам переход от слов, мыслей к делу. Как только Вы узнали что-то новое, Вы сразу начинаете это применять на практике. При первой встрече со знакомым Вы пытаетесь этот метод применить.

Если же человек этого не делает, то навыки усваиваются очень медленно за большой промежуток времени. Что происходит? В прошлой главе мы говорили об этом. Я дал человеку диск, он схватил его, принес домой, положил на стол и все, пошел дальше, так он занят чем-то другим, для него более важным.

Второе – ***нужно учить других людей.***

В одном из западных университетов было проведено одно очень интересное исследование. Было сформировано две группы. Группе номер один было сказано учить это все, а группе номер два – не просто учить, а готовиться преподавать то, что они изучили.

Так вот, группа, которая готовилась преподавать, освоила материал в три раза быстрее и получила отличные навыки. Подготовка к преподаванию и постоянное преподавание дают несколько положительных вещей.

Что происходит с человеком, который начинает преподавать? Он приобретает навыки в четыре раза быстрее, чем человек, который учит сам и потом пытается применить это на практике.

Джим Рон акцентировал на этом свое внимание. Думаю, людям надо знать об этом. Этот момент связан с заточкой пилы. Когда Вы десяти человекам объясняете одну и ту же идею, то каждый из них слышит эту идею от Вас только один раз, а Вы десять раз. Вот Вам принцип заточки пилы. Вы как бы прорабатываете эту идею на будущее, Вы получаете не только навыки, но и на основании своих собственных знаний как бы экстраполируете, конструируете что-то новое. У Вас появляются инженерные способности, Вы превращаетесь в конструктора. У Вас развивается пространственное мышление. Вы переходите из стадии «учить», в стадию «понимать». Вы вынуждены преподавая понимать, что на этом этапе уже переходите в стадию «создавать». То есть проходят все три стадии: изучить, разобраться и создать. Такая вот попытка преподавания и постоянное преподавание приводит к тому, что человек начинает не только «понимать», но переходит в стадию «создавать». В результате, на выходе мы имеем человека готового, что-то создавать, сознательно формировать события своей жизни, сознательно создавать какие-то новые продукты. Когда Вы находитесь в этой стадии, мозг в какой-то момент отключается и это все происходит на душевном уровне, Вы переживаете то, что преподаете, перед Вами открывается огромное информационное поле, в котором находятся все знания мира. Открывается окно в пространство, и Вы получаете все знания. В этом вся мистика преподавания. Великие Ньютон и Менделеев были прекрасными преподавателями, что и помогло им сделать ряд выдающихся открытий в своих областях науки.

Третье - нужно восхищаться своим руководством.

Что подразумевается под этим? Не продвигая (promotion) других вышестоящих людей, ничего нельзя добиться. Сейчас мы покажем несколько механизмов, чтобы посмотреть, как это работает. Дело в том, чтобы хорошо говорить о каком-либо человеке, Вы вынуждены искать в нем положительные качества, даже если это самый плохой человек. И Вы убедитесь, что в последствие этот человек станет относиться к Вам совсем по-другому, а именно лучше, намного лучше. Вы как бы причаете свой мозг видеть позитивное, вместо того, чтобы видеть негативное. Так Вы тренируете свой мозг. Когда Вы вынуждены исполнять приказание видеть все позитивно, Ваш мозг тренируется позитивновидению.

Как это все работает? Посмотрим все на физическом уровне. Вот, например, есть девушка Валентина. Кто она такая? Никто и зовут ее никак. Никто про нее никогда не вспомнил бы. Но! Если Валентина восхищается своим руководством, то все знают, что у Валентины есть покровитель. И в определенных моментах с ней приходится считаться. Потому что так работает наш менталитет. Она может обратиться к этому руководителю, и кому-то будет не совсем уютно, если с ней не будут считаться. Но человеческий мозг, как мы знаем из предыдущих глав, не может держать в себе более двух - семи задач. И тут происходит вот что. Босс, которого она выдвигает, как бы растворяется, уходит с картинки мозга других людей, и замещается на образ той самой Валентины. Она становится на его место, и другие уже просто не видят Босса, но у всех остается чувство, что Валентина решает какой-то круг вопросов. Но так как все постоянно общаются с Валентиной, у них сохраняется устойчивый рефлекс. Вы как бы автоматически поднимаете других людей на свой уровень. То есть, если Вы не продвигаете своего руководителя ежедневно, ежечасно, то Вы не тренируете свой мозг, и в результате этого не срабатывает механизм замещения, то есть проекция великого человека не спускается на Вас.

Почему так опасны проективные вопросы? Все говорят:

- У нас не получается, мы не можем влиять на людей, мы не можем продавать, мы не можем выполнить квалификацию.

Проблема проста, достаточно иметь проективное видение и все решается. Проективный вопрос коварен сам по себе, но страшно другое – у обывателя против него нет защиты. Вот зададим вопрос нашей новой собеседнице Наташе:

- Почему люди занимаются бизнесом?

- Для саморазвития, для реализации своих идей, для взаимовыгодных отношений, для достижения определенной цели, - ответила Наташа.

Внимание, что произошло? Она говорила сейчас, почему бы она занялась бизнесом. А мы спрашивали, почему люди занимаются бизнесом? Человек проецирует себя на любую ситуацию. Что же происходит дальше? Дальше мы переповторяем то, что она сказала сейчас с предложением. Как бы начали с ней разговор:

- Наташа, у тебя есть мечта?

- Да, наверное, есть.

- Ты хотела бы эту мечту реализовать?

То есть мы начинаем с конца, она закончила реализацией цели, и продолжаем переповторять то, что она говорила, потом делаем ей предложение, являющееся ее мнением по этому вопросу. Человек очень любит, когда подтверждают его мнение. То есть она на сто процентов согласится с нами. Для того чтобы что-то продавать или что-то продвигать ума много не надо, достаточно иметь проективный вопрос. Вы задаете проективный вопрос любому человеку, переповторяете за ним через определенный промежуток времени то, что он несколько секунд назад сказал, только уже в виде предложения. А это то, что он Вам только что и так сказал – это его мнение по этому вопросу, и Вы подтверждаете его мнение. На самом деле дуплекс проективного вопроса работает таким вот именно способом. Проективные вопросы применяются в любых сферах деятельности. Если Вам интересно, как будет вести себя человек, например, в такой ситуации:

- Кирилл, как ты думаешь, почему в одних компаниях люди воруют, а в других нет?

- Платить надо больше, - слышу в ответ.

Можете не сомневаться, этот человек будет воровать. Он даже не понял, что произошло. Я уже про него все знаю. Больше для меня ничего не нужно знать. Он уже показал свое истинное лицо. Тестировать можно любого человека, задавайте ему проективные вопросы.

Однажды ко мне обратился человек:

- Понимаешь, такая ситуация, мне нравится одна барышня, а я никак не могу добиться ее.

- Это вообще пустяковое дело, - отвечаю я. Сейчас я научу тебя, что делать. Тебе нужно запомнить одну фразу, и я уверен она - твоя. Можешь даже не сомневаться.

- Если так произойдет, я у тебя в неоплатном долгу, - отвечает мой друг.

- Пригласи ее в кафе, спроси ее, почему женщины любят мужчин? Она тебе расскажет, почему бы она полюбила мужчину. И последовательно делай то, что она тебе скажет, - сказал я.

Все произошло, как я и предсказывал, они стали вместе. Я не встречал такого человека, на которого это бы не подействовало.

Вот такой механизм мы дадим нашим соратникам по борьбе для работы.

Есть другой метод, который работает только с теми амбициозными людьми, которые помешаны на деньгах и благополучии. Метод называется «комплемент-комплемент-вызов». Он применим к так называемому «красному» типу личности. У этого типа людей нет защиты против этого метода. Если Вы видите амбициозного человека, этот ключ работает с ним просто безотказно. Выглядит это следующим образом. Вы говорите:

- Григорий у тебя просто потрясающе получается это дело, нет лучше тебя человека, делающего то-то и то-то. Но вот в Одессе на прошлой неделе появился некий Миша, который показал вот такие результаты.

Можете не сомневаться, что он думает про себя:

- Да я этого Мишу сожру с потрохами, завтра же порву его на части. Я выдам в два раза больший результат.

Метод «комплемент- комплемент-выбор» на амбициозных людей действует всегда безотказно. Если амбициозным человеком является Босс, Вы можете вытворять с ним вот такие вещи. Но самое главное, эта «кнопка» - она на лбу этого «красного» человека, и защиты против нее нет. Его амбиции переворачивают просто все.

Лидерство, или как вести за собой огромные массы людей.

Все начинается с **видения**, то есть мы преподавали, преподавали, и нам открылось что-то, мы увидели это, и вот у нас появилось видение. Вижу это вот так.

Затем, Вы должны **раскалить себя добела** желанием это осуществить. Есть масса способов, как это сделать, но мы сегодня не будем обсуждать эту тему. Это можно сделать во время личной консультации с партнером. Главное, должно появиться непреодолимое желание это осуществить, и это должно быть заметно всему предприятию, всей группе. Этой энергией Вы должны заразить людей на ментальном уровне.

Далее, вырабатывается **план игры**. Вам должен быть четко известен план игры. Вы должны ясно представлять себе в голове, как пошагово будете это делать. Или можно все прописать на бумаге. То есть вы увидели, раскалились добела, и составили план игры.

Далее Вы начинаете людям демонстрировать, как это должно быть. По принципу - делай, как я. Дублируется последовательность действий.

Информация, доводимая до Ваших сотрудников, должна быть одинаковой для всех, она должна быть структурирована. Если я сотруднику объясняю, как это сделать, точно также я объясняю и Вам, как это сделать, и также всем остальным в группе. То есть одинаковость сообщений и структурирование каждого сообщения.

Затем вы приступаете к следующему этапу: повторение, повторение и повторение.

Если Вы не будете повторять своим сотрудникам, они ничего не запомнят. Как это делается? Каждый раз – повтор, повтор в контексте, пример. Я повторяю:

- Наташа, чтобы быть успешной, надо сделать три вещи: нужно иметь собственный успех, необходимо преподавать (точить пилу), нужно восхищаться своим руководством. Первое повторение, повторение в контексте (смотри, как я это сделал), и пример. Вот так выглядит структура повторения.

Далее – прямое групповое давление.

Вы создаете культуру в своей «Обойме», в своей группе, в своем предприятии. То есть если что-то нельзя делать, то это нельзя действует и для генерального, нельзя ни для кого, ни для секретаря, ни для менеджера, ни для среднего и высшего управленческого аппарата. На тех, кто этого не делает, начинается прямое групповое давление. То есть: выйдите с семинара, у нас не принято так одеваться, выйдите из-за стола.

Самый лучший способ прямого группового давления – это приближение к себе или удаление от себя, лидера. Вы притягиваете к себе людей, которые делают то, что Вы проповедуете, и отставляете тех (система стопорящей клавиши), кто не делает правильно. И тем самым показываете всей своей группе, что те, кто выполняет все, что ему говорят, будет иметь все, кто не будет следовать указаниям, не получит ничего. Вот так выглядит прямое групповое давление. Вот она система стопорящей клавиши – этих подальше (сомневающих), а этих – поближе (нужных и работающих). То есть людей, добивающихся успеха – к себе, не добивающихся – в дублирующий состав. Нечего им делать рядом с Вами. Вы сознательно формируете свое окружение. Они не успешны, они Вам не нужны. И они вынуждены добиваться успеха.

Следующий принцип - вовлечение в культуру.

Вы своих людей вовлекаете в культуру, вознаграждаете тех, кто следует правилам Вашей культуры, то есть работает публичное признание. Я говорю:

- Это все только для спецподразделения «In Det», это фирмам знать не нужно.

То есть я не приглашаю никого из фирмы, и говорю об этом публично. Это только для спецподразделения «In Det». Это только для директоров. Это совещание только для руководителей высшего управленческого аппарата.

А *признание* это другой способ, когда мы перед всеми говорим, что, например, есть Наташа, которую мы сегодня ставим на пьедестал и играем ей гимн компании за ее успехи. Это мы делаем постоянно. В офисе у нас есть пьедестал, самый настоящий. Каждую неделю в пятницу утром мы ставим туда человека, который признан лучшим на этой неделе, стоим смиренно и слушаем гимн компании.

Единственное, чего нельзя делать, так это ставить на пьедестал человека за деньги. Поясню, почему. Бывает так, что один человек материально состоятельнее и богаче на данный момент времени, чем другой человек, а способности у них разные. Мы за что ставим человека на пьедестал? За то, что он привел в компанию, например, клиента, который принес компании деньги, а не за деньги, вытасченные из собственного кармана.

Это очень серьезный момент, на который надо обратить внимание. Ни в коем случае нельзя ставить человека на пьедестал лишь за то, что он такой великий и состоятельный, только лишь за то, что он давно работает в компании, и когда-то принес результаты. Когда Вы привели клиента, и он перечислил 50 тысяч долларов в компанию – вот за это ставят на пьедестал. Ни в коем случае ни за то, что у него, великого, есть 50 тысяч долларов, и он купил себе дорогой автомобиль. Это не продвигается. Продвигается другое – успех и результативность.

Многие руководители допускают другую ошибку – окружают себя людьми, не которые дают результат, а людьми, которые давали результат когда-то, много лет тому назад, построили «Обоймы» и получили пассивный доход. Как говорил Павел Буре:

- НХЛ от нашей лиги отличается одним: вчера ты король, сегодня выйдя на лед, ты обязан доказывать, что ты король.

Каждый день ты должен доказывать, что ты король, что ты «русская ракета», как называли Павла Буре.

Там в Америке народ помнит тебя один вечер. Утром про тебя уже не помнит никто, если опять ты не вышел на лед, и не показываешь еще большие результаты. Именно поэтому в НХЛ платят игрокам миллионы долларов.

Мы закончили с инструментариями.

А сейчас мы сделаем одну потрясающую вещь. Мы проведем эксперимент, который очень важен для наших сотрудников, а они в настоящее время это пока не применяют, а применять должны при работе с помощью «Рентгена».

В «Рентгене» появилась четвертая составляющая – *аудиальное интервью*, и мы сейчас проведем его с нашей сотрудницей Наташей. Посмотрим, как оно работает на самом деле.

Смысл аудиального интервью будет заключаться в следующем: мы будем слушать пятиминутные тексты, а затем Наташа будет нам рассказывать, что она думает по поводу услышанного. А в конце работы мы проведем соответствующий разбор «учений». Наташе надо настроиться и помнить, что правильных ответов на эти тексты не существуют. Отрывки показывают способы и особенности способов мышления. Итак, мы включаем «river» и слушаем первый отрывок.

«Развивайте положительное отношение. Почти 85 % Вашего успеха в работе, независимо от того насколько Вы умны или квалифицированы, определяется Вашим отношением и Вашей индивидуальностью. Ваш успех, Ваша зарплата, Ваше продвижение по службе в значительной степени определяется тем, насколько Вы нравитесь людям, и насколько они хотят помочь Вам. Доктор Дэниэл Канеман из Стэнфорда написал несколько книг на тему эмоционального разума. Он пришел к заключению, что эмоциональный разум является гораздо более важным для определения, насколько Вы успешны в работе. Людей положительных, веселых и оптимистических всегда больше ценят, чем людей критичных, пессимистичных и негативно настроенных. Один из наиболее явных показателей Вашего карьерного успеха является то, насколько хорошо Вы действуете как часть коман-

ды. Это определяется тем, насколько хорошим командным игроком Вы являетесь на каждом этапе своей работы. Самые лучшие командные игроки – это те, кто весел и положителен, и благосклонен к другим. У них высокий уровень сочувствия и внимания. Они есть тот тип людей, с которыми другие хотят общаться, которым хотят помогать.

Исследования показывают, что положительный, веселый человек более вероятно будет зарабатывать больше и продвигаться по службе быстрее. Чаще замечая людей такого типа, можно ускорить их карьерный рост. Кроме того, положительного человека поддерживают его сотрудники и весь персонал. Кажется, существует воздействие свыше, которое ведет положительного человека вперед к более высокому уровню. Основной показатель положительного настроения, то, как Вы действуете в стрессовой ситуации. Любой может быть положительным, когда все идет прекрасно. Но именно, когда Вы оказываетесь перед трудностями и препятствиями, Вы показываете себя в истинном свете. Как говорится, когда продвижение стало жестким, жесткие получают продвижение. Человек с положительным настроением ищет хорошее в каждом человеке, в каждой ситуации он ищет что-то положительное и юмористическое. Положительный человек имеет тенденцию быть более конструктивным, чем разрушитель. И хорошей новостью является то, что положительный настрой это то, что мы получаем, занимаясь этим каждый день, особенно, когда это больше всего необходимо».

- Что ты думаешь по этому поводу, Наташа, - спросил руководитель проекта.

- Ну, изначально должно быть эффективное отношение к делу. Человек положительно относится к себе и к окружающим, выполняя определенное дело в составе команды. Но не все зависит от тебя. Все не может зависеть только от твоей работы. Все дело, как ты настраиваешься на позитивный результат. Все зависит от того, есть ли позитивное отношение или же его нет. Изначально, если человек чувствует, что ему чего-то не хватает, ему необходима внутренняя доработка. Поэтому человеку никогда не поздно учиться. Главное, вовремя делать оценку своим опре-

деленным качествам. То же самое могу сказать и о себе. Я в свое время развивала в себе позитивное мышление по отношению к жизни. Читала литературу, начиная от правильного дыхания, питания, отношения к жизни, к людям и различным жизненным ситуациям.

- Смотрите, у Наташи тип референции внешний. Достаточно услышать фразу, что не все зависит от тебя, чтобы понять, что это внешний тип референции. Все у нее хорошо, за исключением типа референции. Ей необходимо поменять тип референции. Как руководитель, после аудиального интервью, я вижу совершенно четко, что ей необходимо менять. Надо заменить внешний тип референции на внутренний. Для этого ей надо показать, как она может контролировать ситуацию и сама влиять на нее.

Если она смотрит на других, мы ее отставляем от себя, а тех, кто имеет другой тип референции, приближаем. Имеющие внешний тип референции слушают, что говорят другие и ориентируются на мнение толпы, этих людей мы отставляем, а остальных возводим на пьедестал. Вот так это работает на самом деле.

Анализируем следующий аудиотекст.

«Сосредоточьтесь на деятельности, приносящей доход. Однажды ученик беседовал со своим учителем о труде и оплате. Особенно его заинтересовал такой вопрос: что служит критерием результата? учитель указал ученику на дерево и спросил:

- Что это?

- Фиговое дерево, - ответил ученик.

- Ты видишь на нем плоды?

- Нет, - ответил удивленный ученик, - хотя на дворе лето, но на нем нет плодов.

- Это бесполезное дерево, - сказал учитель, - ему нет места в нашем саду, выкорчуй его.

Чем определяются результаты труда? Многие люди неправильно представляют себе, кто в конечном результате оплачивает наш труд. На самом деле это потребители труда, или другими словами рынок, нам платят за те ценности, которые мы

предлагаем на рынке. И все же на каждом шагу встречаются люди, которые утверждают, что они стоят больше, чем получают в данный момент. Коли так, они должны доказать это в действительности. Рынок платит каждому ровно столько, сколько он стоит. И только Вы сами можете определить свою цену. Результаты, как *следствие деятельности приносящей доход (ДПД)*. Говоря об экономической ценности, мы всегда подразумеваем какие-либо результаты труда. Ведь оплачиваются именно результаты, а не добрая воля или благие порывы. Вы ничего не получите ни за оправдание, ни за отговорки. Известный магнат Клемент Стоун как-то сказал:

- Я привык оценивать людей только по результатам их работы. Результаты красноречивее любых слов. Вы хотите больше зарабатывать? Тогда Вы должны повысить свою рыночную ценность, добиваясь более высоких результатов. Самый лучший путь для этого состоит в том, чтобы сосредоточиться на ДПД.

В свое время было установлено, что 80% нашего заработка является результатом всего лишь 20% наших усилий. Это означает, что мы попросту тратим, или, по крайней мере, неэффективно используем 80% своего времени.

Что же представляет собой эти магические 20% Вашей работы, которая и приносит Вам 80% результата? Многие продавцы низводят себя до роли простых болтунов, потому что не решаются задать покупателям заключительный и самый главный вопрос. Многие служащие целыми часами совершенствуют процесс документооборота. Многие начальники выполняют работу своих подчиненных. И все это за счет деятельности, которая могла бы приносить прибыль. Победители же используют значительную часть этих 80% в качестве ДПД. За счет этого они могут существенно повысить свою производительность труда.

В любой работе существует несколько главных задач, от которых, в конечном итоге, и зависит величина дохода. Именно на них Вы должны сконцентрироваться. Как ни удивительно, ДПД состоит, как правило, не из таких уж и сложных вещей. Если вдуматься, то победители отличаются не тем, что они хорошо

решают исключительно сложные задачи, а тем, что они исключительно хорошо делают простые вещи. Но самое главное состоит в том, что они все-таки делают. Постоянно задавайте себе вопрос:

- Что нужно делать, чтобы зарабатывать много денег?

Чем бы Вы ни занимались, ответ всегда будет один и тот же:

- Возьмите и сделайте.

Что чаще всего мешает людям использовать 80% своего рабочего времени для ДПД? Страх неудачи. Неудача может объясняться двумя причинами:

- во-первых, мы можем допустить ошибку, и будем нести за нее ответственность;

- во-вторых, мы можем не достичь поставленной цели, не будучи в этом виноваты. Это было попросту невозможно.

Давайте подробно рассмотрим обе причины, которые лишают человека уверенности в себе. К сожалению, многие люди воспринимают неудачу как окончательный приговор. Неудачи возникают с такой же регулярностью, с какой происходит смена времен года.

Начнем с неудач, за которые мы не несем ответственности. Здесь отрицательный результат является частью самой системы. Чтобы объяснить, почему такие неудачи не должны лишать Вас веры в себя, позвольте рассказать небольшую историю.

Глубоко под землей жили гномы, им было там уютно и тепло. Однажды среди них прошел слухок, что жизнь на поверхности земли прекрасна, но очень опасна. Гномы решили проверить это, и послали наверх разведчика. Когда он добрался до поверхности и высунул голову наружу, то пережил самый большой ужас в своей жизни. Была зима и поземка хлестнула гнома снегом по лицу. Он представлял себе поверхность земли совсем иначе. Гном быстро вернулся к своим товарищам и рассказал о невыносимых условиях наверху. Однако упорные слухи о красоте земли продолжали беспокоить гномов, и они решили послать наверх еще одного разведчика, но уже в середине лета. Тот увидел совершенно другую картину. Светило солнышко и

щебетали птицы, и повсюду порхали бабочки. Гном разлегся погреться под лучами солнца в душистой траве. Вернувшись назад, он во всех красках описал увиденное. Теперь гномы совсем запутались, они не знали чему верить? Что же все-таки там наверху? Лед и снег, или же солнце и душистая трава? Они послали еще двух разведчиков, одного осенью, другого спустя полгода – весной. И снова информация была противоречивой. Окончательно сбитые с толку гномы решили не рисковать и остаться жить под землей.

В истории про гномов речь идет о временах года, но в любом виде деятельности бывают и летние периоды, когда удается буквально все, и суровые зимы, когда ничего не движется с места. Случаются и периоды, когда работать приходится много, но цели достигаются лишь частично. Многие, по своей наивности, ищут себе работу, где царит вечное лето. Но также как в природе лето сменяется зимой и в бизнесе случаются и хорошие, и плохие времена. Это касается любой отрасли экономики. Не думайте, что где-то Вам встретятся исключения из этого закона природы. Победители знают, что лето всегда сменяется зимой, поэтому они умеют приспосабливаться к неблагоприятному периоду. Наступившая зима не заставляет их опускать руки. Они ведь знают, что она не может длиться вечно. Зиму в делах они рассматривают не как свою личную неудачу, а как часть системы, в которой они живут и работают.

Закон больших чисел. Чтобы добиться успеха, необходимо знать и использовать, так называемый закон больших чисел. Если вы возьмете игральный кубик и бросите его один раз, то выпавшее число будет зависеть от чистой случайности, даже если Вы бросите его десять раз, то это все равно будет случайность. Но если бросить кубик 150 раз, то здесь уже вступает в силу теория вероятности. Чем чаще Вы будете его бросать, тем выше вероятность того, что каждое из чисел будет выпадать одинаковое количество раз. Поскольку Вы не хотите, чтобы Ваши результаты зависели от везения, то существует только одна гарантия успеха – каждый раз, когда Вы часто выполняете ту или иную работу начинает проявляться действие Закона боль-

ших чисел. В этом случае можно спланировать и подсчитать результаты деятельности. Чем бы Вы не занимались, занимайтесь этим чаще. Только так Вы гарантированно сможете добиться успеха. Все остальное - любительская лотерея. Ошибки будут всегда. Воспринимайте ошибки, как важнейшие компоненты нашего развития. Они не страшны, когда Вы допускаете их единожды. На допущенных ошибках люди учатся и стараются их не повторять, то есть, применима старая поговорка: «Не ошибается тот, кто ничего не делает». В ходе любой деятельности неизбежно возникают ошибки, поэтому их можно считать признаками трудолюбия. С этой точки зрения ошибки даже приносят пользу. Основателя компании IBM однажды спросили:

- Как должен проявить себя работник, чтобы сделать карьеру в его концерне?

Зная, что любой человек, преодолевший свой страх перед ошибками, выполняет большой объем ДПД, Уотсон ответил:

- Он должен удвоить количество ошибок.

Как правило, ошибки возникают там, где выполняется уникальная по своей сложности и размаху работа. Никому не удастся совершить что-то грандиозное, если он боится ошибок и провалов. Успех непосредственно связан с признанием и деньгами, ошибки же поначалу не приносят вознаграждения, но они важны - поскольку помогают накапливать опыт. Опыт, в свою очередь, позволяет принимать лучшие решения, которые ведут к успеху. Поэтому те, кто перестали делать ошибки, останавливаются в своем развитии. Победители знают, в чем состоит их ДПД, и постоянно стремятся посвящать ей как можно больше времени. При этом они полагаются на Закон больших чисел, они не опускают руки от неудач и личных ошибок»

- Наташа, что ты думаешь по этому поводу?

- Очень интересная теория. В работе неизбежно совершаются ошибки. Не совершая ошибок, человек не движется вперед. Ошибки приносят определенный опыт. Необходимо делать правильные выводы, и учитывать в дальнейшем, чтобы двигаться вперед уверенными шагами. Прозвучала очень интересная фраза:

- Делайте в два раза больше ошибок. Подразумевается, что любой человек преодолевший страх перед ошибками, будет в несколько раз интенсивнее работать.

Что происходит? В чем уникальность четвертого ключа «Рентгена»? Эти отрывки программируют подсознание. Четвертый ключ позволяет удержать человека в коридоре ЛБК навыков, вот в чем его уникальность. Мы не программируем ее подсознание, а перепрограммируем. Наставляем на путь истинный аудиальным интервью.

Рассмотрим следующий отрывок.

«Начинайте раньше, работайте упорней и оставайтесь позже на работе. Развивайте менталитет трудоголика. Нет ничего более эффективного для привлечения к Вам внимания важных людей в Вашей трудовой жизни, чем репутация трудолюбивого работника. Трудолюбивые работники всегда на виду. Самые трудолюбивые работники всегда наиболее уважаемы в любой компании. Они всегда зарабатывают больше и продвигаются по службе быстрее по очень простой причине. Они выполняют большее количество работы за более короткий период времени. Они более ценны для компании. Они устанавливают лучший пример для других. Вот тот тип людей, которыми начальники гордятся и хотят удержать более чем кого-либо еще. Правило таково: прибавить всего лишь два часа к своему рабочему дню. Это все, что от Вас действительно нужно, чтобы стать одним из наиболее успешных людей. Вы можете получить эти два часа, приходя в офис на один час раньше и оставаясь на один час позже.

В большинстве случаев это слегка увеличивает Ваш рабочий день, но чрезвычайно продвинет Вашу карьеру. Вы можете выиграть дополнительное время, работая во время обеденного перерыва, не следуя ежедневному ритуалу среднего служащего, который полностью прекращает работу на период от 60-и до 90 минут в середине рабочего дня. Это не для Вас. Успешные в любой сфере люди работают больше остальных. Фактически 10% людей в Америке, которые зарабатывают большие деньги, работают от 50-ти до 60-ти часов в неделю. Кроме того, они именно

работают, все время пока находятся на работе. Они не тратят время впустую. Когда они с утра приходят на работу, то немедленно сосредотачиваются на главных задачах. Они усердно работают в течение дня, они не ведут светских разговоров или дружеских переписок со своими сотрудниками. Это также должно стать Вашей целью. Работайте все то время, пока Вы находитесь на работе. Не расходуйте свое время на личные телефонные разговоры, чтение газет или дружеские беседы о последнем футбольном матче или телевизионной программе.

Средний человек сегодня выполняет менее 50% возможной работы, а остальные 50% времени тратится на праздное общение, личные телефонные разговоры, решение своих дел, позднее начало работы, завершение работы раньше времени и растянутые перерывы, и обеденное время. Сегодня приблизительно 5% людей в мире работают практически все рабочее время, все остальные работают гораздо меньше, чем позволяет их потенциал. Вообразите, что Ваша компания наймет службу, которая будет оценивать весь штат и выявлять наиболее и наименее трудолюбивого сотрудника. Ваша цель стоит в том, чтобы выиграть это соревнование. Вас должны оценить как человека, который трудится упорнее и интенсивнее всех в Вашей фирме за прошедшие 12 месяцев. Это поможет Вам зарабатывать больше и продвигаться по службе быстрее, чем почти все остальные факторы. В среднем, работающий человек сегодня работает 32 часа в неделю. Если вычесть все перерывы на кофе, обеды и перемещения по офису, за эти 32 часа средний работающий человек выполняет только среднее количество работы. И наша заработная плата и жалование, в конечном счете, уменьшаются, чтобы компенсировать этот низкий уровень сделанной работы. Но это не для Вас. Когда Вы начинаете работать, заставьте планету крутиться, избегайте действий, на которые впустую тратится время и особенно людей, на которых впустую тратится время. Когда кто-то отвлекает Вас от того, что Вы делаете, искренне улыбнитесь и скажите:

- Хорошо, я должен вернуться к работе.

Продолжайте повторять эти слова много раз – вернуться к работе, вернуться к работе. Если сослуживцы хотят потрепаться с Вами, извинитесь и скажите:

- Я должен вернуться к работе, и что Вы были бы рады поболтать с ними в конце дня. В большинстве случаев они никогда не вернуться».

- Наташа, что ты скажешь по этому поводу?

- В теме говорится о построении рабочего дня. О том, как работать эффективнее и быстрее стать успешным. Показаны способы, как стать победителем, как добиться того, чтобы Вас заметило начальство. Мы видим, как работают трудоголики, на что они тратят свое рабочее время. Показано, чтобы стать успешным, надо больше работать, раньше начинать свой рабочий день и позже его заканчивать, и что для этого необходимо прибавить к своему рабочему дню всего лишь два часа.

- Чувствуете, как меняется образ ее мышления, - отметил руководитель проекта.

А сейчас прослушаем следующий отрывок.

«Прежде всего, давайте договоримся о том, что будем считать продажами. Представим себе, что у Вас есть какой-то товар. Клиент знает об этом, что у Вас есть этот товар, и товар полностью устраивает клиента. Клиент обращается к Вам, узнает цену. Названная цена его полностью устраивает. Клиент просит отпустить ему товар. Вы отпускаете. Какая-то работа Вами с клиентом проделана? Конечно, нет. Если меня как руководителя и совладельца бизнеса спросить о том, нужно ли за это платить зарплату, я напомним, что зарплата – это плата за работу. А здесь работы не было. Ну ладно, возможно, за это можно платить какую-нибудь мизерную ставку. Работы при отпуске товара немного, и она очень простая, с ней может справиться практически каждый, и уж, по крайней мере, платить за это проценты точно не нужно. За что? Если все происходит, как я описал – это не продажи, это отпуск товара.

Продажа начинается, когда клиент говорит:

- Дорого. Или говорит, что ему ничего не интересно. И о том, что ему нужен такой же, но «с перламутровыми пуговицами». Такой же, но без крыльев. Что его не устраивают сроки поставки. Что Вы ненадежный поставщик, и уже подводили его, и что у него уже есть поставщик, и его уже все устраивает. Или он уже только что все купил. То есть клиент возражает. И после всего этого клиент все-таки покупает у Вас. Потому, что Вы убеждаете клиента. Вот это я называю продажами, а не отпуском товара. Вот это достойно зарплаты и процентов. Ведь продан товар не сам по себе, его продали Вы, благодаря определенным усилиям и мастерству. При этом оговорюсь, что речь шла именно о продаже, о продаже того, что действительно нужно клиенту. Нельзя «впаривать», «втюхивать» клиенту то, что ему не нужно. И продавать то, что нужно, не за счет обмана, а за счет техники убеждения. Нельзя обманывать клиента. Продажи и обман несовместимы. Каждый факт обмана в продаже означает, что Вы навсегда потеряете не только клиента, но и всех, с кем данный человек общается.

Активные продажи, а не отпуск товара, пока, к сожалению, в наших странах редкость. Поэтому каждый, кто освоил и применяет правильные активные продажи уже «одноглазый король в долине слепых».

- А что по этому поводу ты думаешь, Наташа?

- Очень знакомая даже вещь, человек продает не товар изначально, он продает себя. Прежде всего, это работа с возражениями клиента. Человек продает не качество, а преимущества и выгоду данного товара. Нужно делать так, чтобы продавец осознанно делал выбор. Потом этот человек будет служить для тебя, то есть сработает принцип рекомендаций. Этот человек будет в дальнейшем способствовать твоим продажам. Изначально нужно правильно провести продажу.

Руководитель проекта:

- Что мы видим? В этом отрывке Наташа показала, что не умеет видеть главного. На чем должно быть сосредоточено внимание Наташи? На результатах. Главная часть этого отрывка –

критерий оценки деятельности человека, все остальное не очень важно. Умение видеть главное – суть этого отрывка. Главное в этом отрывке то, что простой отпуск товара не стоит никаких денег, только продажи стоят денег и процентов. Платят деньги за работу, а при отпуске товара этой работы просто нет.

Если человек сосредотачивается на том, на чем сосредотачивается Наташа, ему нужно менять видение. То есть у нас сейчас две проблемы:

- поменять тип референции;
- поменять видение, главное внимание - главным вещам.

Она не умеет сосредотачиваться на главных вещах. В чем опасность аудиального интервью для человека? Дело в том, что лингвистику поменять невозможно, она прочно сидит в человеке. Это под силу, только подготовленному человеку. Во всех остальных случаях обыкновенный человек лингвистическую структуру речи заменить не способен.

Сейчас уже можно говорить о том, что у Наташи менталитет хорошего исполнителя, а нам нужно поменять его на активные действия и это сразу поможет ей в работе. Я думаю, что очень скоро мы решим эти проблемы. И закончить наш разговор я бы хотел небольшой историей. Эта история очень серьезно продвигалась в Америке, это разговор мистера Шоуна, наставника и учителя мистера Рона.

Сидя на скамейке в парке, Рон стал честно говорить о полученном вознаграждении от компании, где он работал:

- Это все, что компания платит мне мистер Шоун.
- Это неправда, - ответил Шоун.
- Нет, это все что мне платит компания.
- Мистер Рон, Вы уже там восемь лет работаете, почему же за это время Вы не продвинулись по службе?
- Это все что платит компания, - отвечает Рон.
- Нет, мистер Рон все, что компания платит Вам. Разве компания не платит в 10, 20, 30 раз больше вообще?
- Я думаю, что да, - отвечает Рон.
- Тогда, мистер Рон нам не нужно менять компанию, нам надо менять Вас.

- Но некоторые вещи очень дорого стоят.
- Это неправда, это Вы мистер Рон не можете себе их позволить.

Некоторые вещи лежат, как бы на высоких полках. И для того чтобы достать их, нужно стать на книги, на знания.

В свое время мистер Шоун сказал мистеру Рону такую фразу:

- Перечислите мне свои цели в жизни.
- Их нет, - ответил Рон.
- Вы, наверное, забыли их дома, давайте поедем и заберем.
- Мистер Шоун, Вы не поняли, у меня их нет.
- Вы, наверное, забыли их в машине, в гараже?
- Нет, мистер Шоун, у меня, их просто нет.
- Тогда позвольте спрогнозировать до цента состояние Вашего счета в банке на сегодняшний день.

И мистер Шоун не ошибся, в банке мистера Рона на тот день действительно ничего не было.

Человек, не знающий, куда он идет, никогда не придет к цели.

ЛИДЕРСТВО

В этой главе мы продолжим рассматривать тему «Лидерство», поговорим об уникальном инструменте управления людьми. Называется этот инструмент: *«Управление на основе создания ситуации»*.

В основе управления коллективом, компанией – лежит инструмент создания ситуаций.

Есть несколько способов руководства людьми.

Первый способ – это нанимать немотивированных сотрудников и говорить им, что им делать.

Второй способ – нанимать мотивированных сотрудников и ставить им задачи. Они сами увидят цель, разобьют ее на подцели, выставят «верстовые столбы» по пути к этой цели, и достигнут ее.

Оба способа руководства имеют, как положительные, так и отрицательные стороны. Второй способ, конечно лучше. Но, где найти столько мотивированных сотрудников? Это очень длительный процесс.

Первый способ, гораздо хуже. Нанимать немотивированных сотрудников и говорить им, что нужно делать, и повторять это целыми днями – очень утомительное мероприятие.

Но есть, как выяснилось, и третий способ. Он заключается в постановке людей в такие ситуации, при которых они просто не могут не быть успешными.

У нас в компании, безусловно, есть определенные данные на людей, мы изучаем их мотивацию, настрой. Происходит определенный предварительный отбор. Кого-либо брать в компанию «с улицы» тоже нельзя - себе дороже.

Инструменты лидерства

Руководитель спецотдела «In Det» далее рассказывает.

«Я попытался структурировать, то, что у нас уже существует на сегодняшний день – систему создания ситуации, при которой человек может попадать в коридор, и в любом случае добиваться успеха. Эту методику могут использовать все руководители. Именно создавать такую ситуацию для сотрудников, при которой они не смогут быть не успешными. Этот инструмент мы оценим на примере применения его в Европейской адвокатуре.

Инструмент первый – **фактор социального подтверждения.**

Многие люди применяют этот инструмент. Это:

- корпоративные вечеринки, специфические направленные, с деловым уклоном;

- презентации;

- большие совещания, для молодых сотрудников, с привлечением руководства и известных в компании личностей – виртуозов своего дела, дают человеку сигнал в голове о том, что это все делают и другие люди, значит, смогу сделать и я. Вот фактор социального подтверждения.

Именно для этого проводятся подобные встречи.

Второй инструмент – **задание.**

Это когда Вы даете человеку задание и проверяете его исполнение, и он вынужден делать его и справляться. То есть он находится в коридоре, и Вы как бы удерживаете его от неправильных поступков, правильно ставя ему задание, контролируя его выполнение. Таким образом, с инструментами лидерства мы закончили. Эти инструменты можно использовать порознь, три в одном, десять в одном, и каждый из них позволяет Вам вести за собой огромные организации, продвигать все, что угодно, начиная от религии и заканчивая политической карьерой.

Руководство на основе создания ситуации, условий

Перейдем к руководству на основе **создания ситуации, создания условий.**

Краеугольным камнем, верхушкой айсберга всего, является, сознательное создание условий руководством (это может быть менеджер среднего звена, высшего звена, любой человек, который управляет каким-то количеством людей), при которых человек, выполняя те задания, о которых мы только что говорили, получает возможность, даже не желая этого, все равно быть успешным, все равно зарабатывать деньги, все равно выполнять задачи, быть полезным компании и одновременно быть полезным для самого себя.

Исследования показали, что тот инструментарий, который существует у нас на сегодняшний день, очень подходит для того, чтобы ставить наших людей в условия, при которых они могли бы быть успешными.

Они могут быть только победителями. И подобная методика, применительно к нашей компании конкретно состоит из трех частей:

Первая часть - это наш «Компас».

Вторая часть - это квалификация.

Третья часть - это подготовка людей, как основа продвижения по службе.

Разберем каждую из этих трех частей, они независимы друг от друга, но в комплексе дают потрясающий результат.

«Компас» - о нем сказано уже очень много. Все спрашивают, ну как же им пользоваться, как же получать с его помощью деньги, как я могу быть успешным с помощью этого «Компаса»? Лекцию двухчасовую, мы читать о «Компасе» не будем. Мы только разберем «верстовые столбы», как с точки зрения руководства, выдавая «Компас» своему сотруднику, сделать его успешным. Что должен делать человек, получивший «Компас»?

Первое, что он должен сделать – это вбить все свое окружение, посмотреть на него и проанализировать.

Второе, он должен сознательно вычеркнуть из своего окружения людей, которые тянут его вниз. То есть он удаляет из списка людей, (программа позволяет это сделать), выполняющих роль только балласта. На месте удаленных людей создается вакуум. По законам Вселенной он должен быть заполнен, в нашем случае другими людьми, теми, которые нам необходимы.

Каждый день, присоединяя людей в «Компас», он сознательно формирует свое окружение.

Третье - деньги в «Компасе» получают люди, не за присоединение людей к «Компасу», это копейки, а за участие в транспортных задачах.

При этом, все прекрасно понимают, деньги не в присоединении людей. Присоединение – это осознанное формирование своего окружения. Вас заставляют стать успешным, и за это Вам еще и дают деньги. В других компаниях этого нет. Там вообще не понимают, как такое может быть? Там ставят задачу, и будь любезен ее выполнять. А здесь Вы сами самостоятельно осознанно формируете то окружение, и еще за это получаете деньги.

Второй источник получения денег – это участие в транспортных задачах.

Четвертое – работая с транспортными задачами, каждый день, присоединяя людей в «Компас», Вы создаете основу трамплина. Вокруг Вас формируется сплав людей по твоему разумению и желанию. Эти люди выталкивают Вас наверх. А они, в свою очередь, формируют такой же сплав, также осознанно, и их тоже выталкивает обойма наверх. Получается структура, растущая снизу вверх. То есть внизу все формируется, и кто-то одного выталкивает наверх. Затем этот процесс повторяется – вот основа «Компаса». Человек, участвующий в «Компасе», должен создавать для себя условия, при которых он может быть очень успешным.

Квалификация

У нас в компании квалификация состоит из трех частей.

Первое – человек должен присоединить к компании одного нового клиента в месяц. За что он еще дополнительно получает деньги. Хотя это в принципе его работа, и он за нее получает зарплату. То есть мы, как бы заставляем его получать еще больше денег каждый месяц. Не думаю, что найдется много людей, которые откажутся от получения еще больших денег.

Второе – создание продукта.

Каждый месяц, каждый сотрудник компании должен создавать какой-то продукт и выносить его на презентацию перед Советом директоров. Если Совет директоров находит интересным этот продукт, например, «Компас», то Вам выделяется бюджет, и «обойменным» способом Вы эту идею воплощаете в жизнь. Неважно, что создаете, важно, что делается попытка что-то создать, рано или поздно это получится. Презентация какой-нибудь новой идеи, какого-то бизнеса, какого-то продукта, новой технологии.

Мы учим людей получать дополнительные деньги постоянно, мы учим людей в квалификационном режиме создавать что-то полезное. Наша работа - создавать. Мы постоянно держим мозг в состоянии созидания. Это очень важный момент.

Третье – внедрение.

Это следующий этап квалификации. Фактически, выполняя квалификацию, человек ежемесячно исполняет, помимо своей работы, ту же работу, которую он делает каждый месяц для клиентов, но теперь для себя. Здесь он сам является главным клиентом. По нашему мнению, квалификация имеет магическое значение. Человек в конце месяца спрашивает себя, стоя перед зеркалом:

- Вот я бы купил такого консультанта, как я? Я бы заплатил такому консультанту деньги? Я в этом месяце выполнил квалификацию, присоединил к компании одного нового клиента, создал продукт какой-то, внедрил проект созданный три месяца тому назад, параллельно, я хороший консультант, я профессионал. У меня все получается во всех трех частях квалификации. Я супер.

Мы как бы заставляем людей проходить все эти три стадии в течение месяца, помимо того, что они выполняют задачи клиентов, выполняет свои должностные обязанности в компании.

Квалификацией мы повышаем уровень самооценки людей. Квалификация позволяет получать деньги, она для этого и создана.

Или человек говорит, стоя перед зеркалом:

- Я присоединил одного клиента к компании, но не создал продукт, и внедрил тот проект, который был создан три месяца тому назад. Я не очень хорош в этом месяце.

В этом случае надо поработать сотруднику над генерированием идей. Сделать какие-то упражнения, чтобы мозг активизировался на генерацию идей. Таким образом, человек сам себя контролирует, оценивает, повышает самооценку, и поддерживает необходимую физическую форму.

Подготовка людей, как основа продвижения по службе

Мы уже отмечали ранее, когда Вы преподаете, Вы оттачиваете свои навыки, усваиваете их, постоянно работаете над собой.

Самый лучший способ усвоить что-то – это преподавать этот предмет.

Отсюда:

Первое – это преподавание.

Как только Вы начинаете преподавать – готовить людей в своей «обойме» на свое место, они Вас автоматически выталкивают на новую должность.

Второе – автоматическое выталкивание на новую должность, в результате подготовки людей на свою должность.

Это очень эффективно, за приобретенные навыки Вы еще и по службе продвигаетесь. Соответственно становитесь более эффективным и двигаетесь вверх по карьерной лестнице.

Третье – это самостоятельный подбор кадров.

Здесь снова возвращаемся к использованию «Рентгена» и его технологий. Это снова умение разбираться в людях и построение взаимоотношений с людьми.

Постоянно подбирая кадры, Вы учитесь работать с людьми, учитесь их убеждать, выяснять их положение, чаяния, учитесь видеть, что нужно дать человеку в этот момент, а чего не давать. Вы уже начинаете понимать, почему этот человек подходит на эту должность, а тот не подходит. Занимаясь подбором кадров в свою «обойму», человек оттачивает свои навыки взаимоотношения с клиентами, коллективом.

Четвертое – это умножение себя на людей.

До тех пор пока Вы двигаетесь вперед, по законам Вселенной, Вы будете получать еще большую отдачу. Как говорится в пословице: «Что посеешь, то и пожнешь». Если Вы сеете знания, пожнете еще большие знания. Если сеете успех, то пожнете еще больший успех.

Джим Рон как-то заметил:

- Один из великих сказал, что посеешь, то и пожнешь, считать иначе наивно, но это неправда – Вы никогда не пожнете столько, сколько посеяли. Вы всегда пожнете многократно больше, чем посеяли.

Если вы посеяли ветер – пожнете бурю. Пока Вы двигаетесь вперед, Вы получаете обратно все в многократно увеличенном объеме.

Вот три составляющие управления на основе создания ситуаций. Это «Компас», квалификация, подготовка людей, как основа продвижения по службе. Все это выполняет каждый сотрудник Европейской адвокатуры, и при таких условиях он не может быть неуспешным.

По вселенским законам – процветание создается сначала в голове человека, отсюда первый закон - создавайте вакуум, там, где это необходимо и отпускайте ситуацию, там, где это эффективно и выгодно. «Компас», как раз и решает эту задачу. Он позволяет осознанно создавать вакуум в тех местах, которые мешают нам жить, и осознанно заполнять этот вакуум полезными и нужными друг другу людьми.

Пока Вы двигаетесь вперед, Вы будете получать обратно в многократно больших размерах – что посеешь - то и пожнешь. Закон урожая.

Материя свободно и постоянно движется вокруг нас. Человек получает только тогда, когда он просит об этом и готов это принять – это закон Вселенной. Работает он так: я хочу, я начинаю действовать, и прихожу в состояние, которое готов получить, и получаю, то, что прошу.

Процветание может быть, как привлечено, так и отвергнуто Вами. Вы сами являетесь кузнецом своего счастья. Мы либо разрешаем процветанию войти в нашу жизнь, либо запрещаем.

Есть три стадии, в которых находится человек:

- бег по кругу за морковкой, как ослик;
- подъем на ступеньку вверх, когда Вы знаете, что если Вы потеряете даже все, то через определенное время снова все это заработаете. Вы уже становитесь мастером;
- быть учителем, когда Вы точно знаете, что никогда ничего не потеряете.

По законам Вселенной чтобы что-то получить, надо что-то отдать.

Эти постулаты взяты из тренинга Р. Гейджа и называются - «Законы процветания».

Теперь у Вас есть завидная возможность соотнести систему управления людьми на основе осознанного создания ситуации с законами процветания Вселенной. Каждый из читателей может сам проанализировать соответствует ли данная система управления людьми законам Вселенной, законам процветания. И, если да, в дальнейшем применять ее на практике.

КАК ГОТОВИТЬ МЕНЕДЖЕРА К РАЗГОВОРУ С КЛИЕНТОМ

Мы присутствуем на встрече руководителя спецотдела «In Det» с менеджером направления сбыта. Цель встречи - проконсультировать менеджера перед предстоящей встречей с клиентом, серьезным деловым человеком из России. Попробуем осветить эту практическую тему, используя встречу, как тренинг по очень важному для компании вопросу - консультированию.

В соответствии с докладом менеджера в Севастополь прибыл бизнесмен из России, давний ее знакомый, который в прошлом году собирался открыть здесь свое дело. Имеет бизнес в Европе и Санкт-Петербурге. В Севастополе проживают его родственники. В прошлом году он вышел с предложением к нашему менеджеру найти недвижимость в каком-нибудь интересном месте или землеотвод для строительства рыбного ресторана. Менеджер сегодня собирается подвести его к другой идее, созданию сети кафе быстрого питания, а не к строительству элитного ресторана. Параллельно с этим, когда произойдет самокупаемость проекта и начнет поступать чистая прибыль, а это не раньше чем через год, приступить к осуществлению его мечты – созданию элитного рыбного ресторана в г. Севастополе. Но так как менеджер уже работает в Европейской адвокатуры, и менять место работы не собирается, она вышла с просьбой оказать ей консультативную помощь для привлечения клиента к ее проекту. Потому что клиенту потребуется юридическое сопро-

вождение и помощь в поиске этой самой недвижимости или землеотвода.

Руководитель отдела:

- Я думаю поступить здесь нужно таким образом. Выяснить истинные намерения клиента. Как можно понять истинные намерения человека? Я очень неплохо знаю бизнесменов. Это достаточно умные люди. Иногда истинная цель скрыта за завесой совершенно другого бизнеса. Поэтому начинать подобного рода дела необходимо с выяснения истинных намерений подобных людей. Как обычно проверяются истинные намерения людей?

Приведу пример. Я не занимаюсь землей, и не занимаюсь этим по одной простой причине. Это очень длинные деньги и совершенно небезопасные. И главное - это не вечный двигатель. Рано или поздно истерика с землей закончится, и вот здесь на вторичном рынке можно будет смело работать. В настоящее время более интересное дело – доводить существующие объекты до ума. Например, у меня есть три документа, а должно быть восемнадцать. При помощи судов доводим это дело до положительного решения. Платятся большие деньги и зарабатываются еще большие деньги. Вот такой проект заслуживает интереса. Кроме того, клиент зарабатывает на этом деньги. Человек приносит любые деньги, потому что знает, что получит в пять раз больше.

Тактика работы нашей компании всегда заключалась в том, чтобы интересы клиента и наши интересы всегда совпадали. Когда мы движемся в одном направлении с клиентом – нет проблем. Как только мы перестаем двигаться в одном направлении с клиентом, и превращаемся в кровососов, отнимающих деньги у человека, у которого и так полно проблем, мы навсегда останемся плохими людьми, даже если решим все задачи.

Поэтому вернемся к истинным намерениям. Истинная цель человека всегда выплзает наружу, когда речь заходит о деньгах. Моментально все становится на свои места.

Как бывает обычно, меня просят:

- Как бы нам недвижимость здесь приобрести, ресторан рыбный хотим построить?

- Нет проблем, кладите на стол 100000\$ и я начну этим заниматься, - отвечаю я.

На этом все, разговор окончен. Не нужна им никакая недвижимость.

Надо помнить, что для решения вопросов на руках у консультанта всегда должны быть деньги.

- В прошлом году этот клиент обращался за помощью и поддержкой по землеотводу к другой фирме, но они не сработались. Он заключил с этой фирмой договор, у него были серьезные намерения, это было уже видно по его действиям в прошлом году. Но они расстались, так как не смогли работать вместе. Сегодня этот клиент предлагает мне работу. Ему нравится мой подход к делу. Но сегодня ситуация изменилась, и мне неинтересно у него работать. Мне интересно, как его сюда привести, - говорит наш менеджер.

- У нас по жизни было множество таких ситуаций. Ваши действия должны быть следующими. Вы говорите клиенту, что на сегодняшний день связаны с определенной компанией, и если Вы хотите, мы можем использовать ресурсы этой компании. Вы можете, кроме моей помощи, использовать все ресурсы нашей компании. Он естественно может поинтересоваться, а какими же ресурсами обладает Ваша компания? Вы в течение двух минут спокойно объясняете, какими ресурсами обладает компания. Если он в этом заинтересован, то он скажет, что согласен, или же, что он против.

Всегда существует этот краеугольный камень, так называемый тест. Понимаете, этот человек бизнесмен, серьезный бизнесмен. Но он поступает в данной ситуации совершенно неверно, и таких как он 90%. Ну как можно дать Ире (юристу) задание искать недвижимость? Она в секте состоит, у нее голова совсем другим забита – сектой. Какой она юрист? Мало того, я скажу Вам вещь, которая может Вас удивить. Юристы не умеют искать недвижимость. Зачем к ним обращаться по этим вопросам, это же глупо. Вот, например, у меня мать гинеколог, а я об-

ращусь к ней с вопросом по гостиничному комплексу. Она, конечно, будет в полном замешательстве от такого предложения сына. Вот если вы ее попросите сделать операцию по своей специальности – это, пожалуйста, сделает с закрытыми глазами и успешно.

Поэтому как можно обратиться к Петрову с просьбой о поиске недвижимости?

- Но мой клиент же не знает людей. Его привели в эту фирму знакомые. Ему сказали, что эти люди тебе помогут, и он поверил, - замечает менеджер.

- Я могу расценивать это как большую стратегическую ошибку. В этой ситуации клиенту надо было бы действовать иначе. Он должен был бы взять консультанта, дать ему денег и попросить найти людей – специалистов в этом вопросе. Создать информационную группу, из специалиста по недвижимости, юриста, который мог бы проверить чистоту сделки, и достаточно весомого оперативного сотрудника, который мог бы быстро решать вопросы с документами. Создать группу из трех человек и оплатить ее работу. А Вы, как консультант, должны были бы руководить этой группой, и докладывать клиенту о ходе работы.

Так должен поступает грамотный бизнесмен.

Неумный бизнесмен поступает иначе: он находит Петрова (юриста) через своих друзей, подписывает с ним договор. Что может Петров? Только то, что он может: загибать пальцы и пить водку в ресторане. Он не может искать недвижимость. Его сотрудница, когда работала судьей, не всегда справлялась со своими прямыми обязанностями. Здесь, видимо, нужен судья хозяйственного суда, а не общей юрисдикции. Зачем эта работница нужна, мне непонятно.

В Симферополе у меня есть товарищ, у него великолепный объект, стоимостью 4 миллиона долларов. Это парковая зона Симферополя площадью 3,5 гектара. Можно строить все, что угодно. Есть землеотвод. Есть практически все, включая пруд. У кого сейчас можно найти, так называемые, лакомые куски? Только у государственных структур.

Вашему клиенту надо обязательно сказать, что есть план мероприятий, о котором мы говорили выше. Вы, как менеджер, используя свою компанию, создаете проектную группу, которая будет заниматься его вопросом. Цена вопроса будет большая, но и выход у него тоже будет немалый. Сформулируйте конкретную задачу. В случае успеха предварительных переговоров, я готов вместе со своими юристами приехать и провести переговоры, необходимо чтобы юристы сами услышали свою задачу. Они предложат несколько вариантов решения этого вопроса. Лучший – будет воплощен в жизнь. Клиент оплачивает всем, занятым в проекте людям, как и положено, и они начнут серьезно заниматься этим направлением.

Вот как, например мы работали с портами в Москве? Все понимают, что такое инфраструктура порта. Но как оценить весь порт? Где взять проект этого порта? Чертежи сооружений, план порта? И мы решили этот вопрос не бесплатно, конечно. Человек, который может заплатить за порт 1 млрд. долларов, конечно, может себе позволить заплатить один миллион за информацию о нем. Клиент потратил большие деньги, но свою проблему решил. В конечном итоге клиент, купил информацию о двух портах, вместо одного, по 500 миллионов долларов за каждый. Покупатель грамотно подсчитал, что через 10 лет порт даст ему двойную прибыль. Им был полностью оценен грузооборот порта, строительство и предполагаемый доход от новых терминалов, использование судов пассажирских линий.

- Есть информация, что москвичи выкупили гостиницу Севастополь, но я еще не нашла кто, это? – задает следующий вопрос, наша менеджер.

- Гостиница Севастополь это был наш проект, мы его покупали для директора одной крупной компании, но клиент пожадничал платить 10%, и вот нашли москвичей, которые знали «как довести гостиницу Севастополь до ума». Директору этой крупной компании я предложил за 10% все сделать. Он ответил, что это для него очень дорого. Так как клиент был очень умным человеком и бизнесменом, он продумал, как поставить меня в такую ситуацию, в которой я буду вынужден рассказать ему все

о предстоящей работе. Я был приглашен в Киев на встречу, которая проходила в дорогом ресторане, где за разговорами он составил определенное представление, как и что, делать. Вместе с тем, я сознательно опустил несколько важных ключевых деталей. И схема, составленная ими, не сработала. Клиент сразу же связался со мной и спросил:

- А как же здесь вот поступать?

- 10%,- ответил я,- и Вы все узнаете.

Смысл сделки заключался в том, что надо было купить объект ООО с некоторыми ограничениями. Как решить этот вопрос я знал.

Так что мы знаем, что такое гостиница Севастополь. Это очень интересный проект, и можно помочь этим москвичам довести дело до конца. А с работой по этому объекту у москвичей было целое дело. Деньги под покупку гостиницы одна юридическая компания взяла у криминальных структур. Затем у них не получилась покупка, они приобрели лишь небольшой пакет акций, законно или незаконно никто не знает. Ко всему, этот объект является еще и коммунальной собственностью города. Тема крайне интересная. Это, как говорится наш размерчик, наша задача. И я знаю, как ее решить.

- И третий момент, на который я хотела бы получить ответ. Проект пока больше на уровне ощущений. Чувствую, что дело может быть интересным, но как подступиться к нему пока не знаю. Есть такая идея, транспортировка автомашин из районов запрещенных стоянок при помощи эвакуатора. В ГАИ уже есть заинтересованные люди, а вот как решить вопрос с горсоветом, не знаю. И кому его предложить, тоже пока неизвестно, - говорит менеджер.

- Я думаю, что при наличии денег, этот вопрос можно решить через Киев, - ответил руководитель тренинга. Но, мне кажется, что этот проект не заинтересует никого, кроме нашего горсовета. Вообще я считаю, что схема эта нерабочая. Почему? Если какой-либо инвестор захочет это все поднять, и вложить деньги, то процесс окупаемости проекта, против его стоимости, будет очень длительным. Люди любят быстрые деньги, а это

медленные деньги. Сумма решения этой задачи будет составлять около 100-150 тысяч долларов. А отдача наступит лишь через 2-3 года. Это бы в Киеве было хорошо, там пару Q-7 уволокли бы на штрафную стоянку, и сразу весь Киев, как по команде, стал бы очень культурным в отношении парковки. А в нашем городе этот проект будет бесприбыльным. Но вот первый вариант с Санкт-Петербургом представляет интерес, если, конечно, там не замешаны какие-то другие интересы. Обычно многие бизнесмены скрывают свой истинный интерес. Часто бизнесмен даже сам верит в то, что ему нужен этот рыбный ресторан. А на самом деле ему нужно что-то другое.

- У меня ощущение, что моему клиенту нужно просто вложить свои деньги, так как в России, в настоящее время люди боятся вкладывать свой капитал. Они готовы это делать в Украине, где угодно, но только не дома, так говорит мой друг высокопоставленный работник госструктуры, - говорит наш менеджер.

- Если такой момент существует – это хорошо, лишь бы это не было замещением одной идеи другой. Бывает так, что человек говорит о рыбном ресторане, а на самом деле, в голове у него совсем другой проект, о котором он никому не говорит до поры до времени. Проверяются намерения очень просто – называется сумма денег, которую он должен заплатить, и после чего мы начинаем заниматься его проектом. И сразу же будет видно, серьезные у клиента намерения или нет. Поэтому я повторяю, первые два проекта – гостиница Севастополь и покупка недвижимости клиентом из Санкт-Петербурга интересные, а вот третий проект – это длинные деньги, и он для нас невыгоден.

Вот закончилась первая часть этого интересного консультирования по живым вопросам. Мы увидели, за что надо браться специалистам нашей компании, а где и совсем не тратить свое рабочее время. Мы увидели, какой проект может быть прибыльным для нас и нашего клиента, а какой нет. Надеемся, что этот тренинг будет иметь продолжение в следующей нашей главе.

Начнем с того, что из командировки в Киев вернулось наше подразделение, выполнявшее сложную задачу. Как обычно задача была решена в полном объеме. И вот прямо после приземления самолета мы проводим очередную встречу с руководителем спецотдела «In Det».

Мы сегодня расскажем, что выяснилось в ходе выполнения задачи. Как оказалось, это были две самые сложные вещи в нашей работе. Одну из них под названием «Моторные цели» мы разберем сегодня, следующую - «Мосты», в очередной нашей статье. Это новый продукт, позволяющий любому человеку завязывать любые отношения. В ходе командировки выяснилась страшная вещь - оказалось, что наши сотрудники попросту не умеют завязывать отношения с людьми.

«Когда мы сидели за столом в ресторане, я взял указку и спросил:

- Ребята, я, что Вам лекцию по этому вопросу читать должен?

Они смотрят на меня преданными глазами и говорят:

- Но у нас же всегда раньше получалось.

- Нет, дружище, получалось с дилетантами с той стороны, как только там появились серьезные структуры, мне пришлось уже лично дорабатывать все с клиентами.

Мы работали почти в полном составе. И с задачей справились, но какой ценой? Хорошо, что не пришлось выслушивать руководство, по вопросу, невозможности завязать контакт с нужным нам человеком, после работы.

Но на Руси есть пословица: «Не было бы счастья, да несчастье помогло». Когда мы выяснили проблему, то тут же был создан блок «Мост» Мало того, была куплена книга Попова, под названием - «О чем молчит бриллиантовый директор». Мне удалось увидеться с лектором Попова – Куницыным, и у него в брошюрном варианте удалось взять книгу с рабочим названием – «На чем торчит бриллиантовый директор». Читая ее в самолете, у меня возникла мысль о том, что Попов-то, в принципе, ярый сторонник теории Макарова: то о чем мы говорили раньше

– ЛБК и так далее. Его методы работают безотказно в вопросе отношений с людьми, например, в судах и т.п. И так как я читаю по диагонали, в силу специфичности моей профессии, я выяснил: каким же все-таки способом все это происходит и откуда.

Итак, «Моторная цель». Я увидел проблему эту в головном офисе, в севастопольском офисе, да и вообще, меня не перестает удивлять, почему наши люди живут по каким-то странным книгам, написанным странными американскими писателями. Когда-то в Гарварде и Оксфорде проводились исследования на тему, кто из выпускников этих учебных заведений добился каких-либо значимых результатов в своей жизни? Результаты исследований показали, что заметных результатов в жизни добились только те люди, которые письменно ставили себе цели, а это составило лишь три процента от всего количества выпускников. Это были самые успешные люди. Может быть, так оно и есть. Но почему-то в России это не работает, ничего не получается.

Но мало того, как выяснилось, что у половины наших сотрудников вообще нет письменных целей. Когда-то мы это обсуждали, напомним снова. Когда учитель Джима Рона мистер Шоун спросил его о целях в жизни и попросил их принести ему и показать, в ответ он услышал, что у Рона нет целей. Тогда мистер Шоун сказал, что может точно определить счет в банке мистера Рона. И определил, что на счету мистера Рона был круглый ноль.

Изучив все это, и выяснив, что у половины наших работников нет письменных целей вообще, я понял, что подход к этому вопросу не наш, не «индетовский». Человек, как я понял, существо, выполняющее только исключительно связанное с *необходимостью*, и вообще не занимается *возможностями*.

Презентация «Компаса»

Пример тому наш «Компас», презентация которого состоялась 9 августа 2007 года в Киеве. Выступил по этому вопросу руководитель направления проектов инновационных проек-

тов Европейской адвокатуры Андрей Андреевич Долохов. В частности он сказал:

- «Компас» - это такая вещь, которая ясно показывает, кто есть, кто? Вы все до одного говорите, что если бы Вы родились в других условиях, если бы у Вас были другие родители, если бы у Вас был «доберман-пинчер, если бы он взял след, то мы бы нашли бы эту Кэтрин Кин», так говорилось в фильме «17 мгновений весны». Это все Вы говорите (300 человек в зале), что если бы все это у Вас было, то Вы уже давно стали бы мультимиллионерами. Вы бы уже летали на личных Боингах-747.

Но кто Вам мешает, чего Вам не хватает?

- Как чего не хватает, вот этих самых других возможностей, - ответили участники презентации.

- Но, возьмите «Компас», где есть все возможности, и они в Вашем распоряжении на сегодняшний день. Деньги – это тоже «Компас», с ним можно достичь всего. Реальный человек, выпускник университета за 30 долларов в квартал получает полный пакет всех возможностей, которые только существуют в этом мире.

- Зачем нам «Компас», не нужен нам «Компас», мы и так знаем, что нам надо делать,- услышал выступающий в ответ.

- Хорошо, знаешь, так делай.

Какой напрашивается первый вывод.

Никто не собирается реализовывать возможности.

Это совершенно бестолковое занятие ставить своим подчиненным задачи и ***давать возможности***. Реализуется только необходимость. Пока Вы для них, подчиненных, не создадите систему необходимости, ничего не получится. Если сотрудник совершенно точно знает, что он вылетит из основного состава, если не выполнит квалификационных требований, это касается даже самых подготовленных сотрудников, он делает только то, что необходимо. Этот дамоклов меч держит их в коридоре успеха. В рамках этого коридора каждый человек сам выбирает способы и методы, как достичь цели.

Но наши оппоненты, все до одного, хотят сделать карьеру. Они поставили перед собой глобальную цель, как их учили: нарисовали промежуточные цели, и по этим ступенькам идут.

Доктрина «Моторной цели»

Далее А. Долохов сказал:

- У меня есть один вопрос, вот Олег Викторович создал доктрину «Моторной цели», и я увидел в этой системе один момент, которого на сегодняшний день нет ни в одной доктрине. «Моторная цель» избегает разочарований в жизни. Представьте себе – на одной из этих ступеней у Вас произошла переоценка ценностей, в силу каких-то событий, которые произошли в Вашей жизни, ну, например Вы разочаровались в каком-то человеке. Что происходит с Вами? У Вас память опять в исходном состоянии, и Вы вынуждены ставить новую глобальную задачу, так как первая уже не подходит. И снова предстоит решать эту задачу с нуля определенными способами. Но так можно и не дойти до заветной цели, или идти к ней годами.

Поэтому мы предложили совершенно структурированный подход к этому вопросу, в силу того, что наша компания состоит из стратегических консультантов, новый метод единственный на сегодняшний день в мире, который позволяет совершенно четко понять, что не надо ставить глобальную цель. Мы показали в Киеве доктрину «Моторной цели» профессорам Гарвардского университета, находящимся там, в отпуске, они сказали:

- Это бомба, отдайте нам права, чтобы мы могли в Гарварде читать эту «Моторную цель». Потому что с этого надо начинать все обучение студента на кафедре экономики и управления.

Основным понятием «Моторной цели», то есть ядром концепции является действие – ***не ставить глобальной цели***. Что, значит, не ставить глобальную задачу, то есть не писать ее вот здесь вверху, а ставить цель «Моторную»? Нарисуем ее в середине ватмана. Сама «Моторная» цель, состоит из двух понятий – в какой роли Вы, и с какими результатами? Надо предста-

вить себе стул, на котором Вы сидите, оборудованный пропеллером. Вы нажимаете кнопку, выбрали глобальную цель, и мотор пропеллера потащил Вас без всяких усилий вверх. Для того, чтобы понять достигли ли Вы «Моторной» цели или нет, необходимо увидеть две вещи: - в какой роли Вы исполняете эту «Моторную» цель, и какие у вас результаты.

Рассмотрим пример: как бы для меня могла прозвучать пять лет назад «Моторная» цель? Наверное, она звучала бы следующим образом:

- Хочу быть руководителем спецподразделения «In Det» в городе Симферополе с заработной платой 1000\$ в день. То есть я руковожу подразделением, состоящим из трех частей - основного, дублирующего состава и кадрового агентства. Это три предприятия находящихся одно под другим, и я зарабатываю 1000\$ в день. В этом случае я достигаю «Моторной» цели.

С достижением этой цели, можно ставить теперь и глобальную цель. Вы располагаете властью, хорошим партнерством, почему бы ни идти к глобальной цели. Буквально садишься на стул, нажимаешь кнопку, и поехал к личному Боингу-747. В настоящее время материальные проблемы Вас больше не гложут, тысячу долларов в день Вы получаете в качестве пассивного дохода и, как себе пачку сигарет купить не думаете, какой бутерброд заказать не думаете и тому подобное. Теперь можно и о чем-то большом задуматься.

То есть человек должен в начале этого карьерного пути сосредоточиться на цели «Моторной», а не на глобальной».

Но где же взять эту «Моторную» цель? Ведь она из чего-то состоит эта цель. Каким образом организовать себя, чтобы в кратчайшие сроки достичь этой «Моторной» цели? Снова обратимся, к примеру, руководителя спецподразделения «In Det». Пять лет назад моторная цель его состояла бы в следующем:

- он бы должен был быть профессионалом в одном из направлений Европейской адвокатуры, успешным хорошим адвокатом (обозначен первый коридор);

- он должен был иметь навыки работы с людьми от заключения соглашения о продаже, заключения контрактов, поис-

ка клиентов, то есть иметь навыки, позволяющие притягивать подразделение, деловых партнеров и клиентов (второй коридор);

- он должен был быть квалифицирован в менеджменте в управлении персоналом (третий коридор);

- он должен был быть конструктором и создавать бизнес-системы, что-то новое, быть новатором (четвертый коридор).

Вот четыре коридора, четыре цели, четыре направления, в которых должен действовать человек, чтобы в конце этих направлений достичь коридорной цели, а коридорные цели являются частями «Моторной» цели. Совокупность коридорных целей дает цель «Моторную».

Коридорные цели

А теперь надо разобраться с коридорными целями, каким-то образом попасть в коридор и по нему дойти до цели.

И снова наши сотрудники допускают следующую ошибку. Что они делают? Они опять американским путем внизу коридорной цели ставят первый столбик, второй, третий, четвертый, пятый и так до самой коридорной цели. И повторяют ту же ошибку, что и с целью глобальной. Но этого делать ни в коем случае нельзя, так как быстро Вы не пройдете этот период, и не приобретете быстро навыки. Почему? Потому что Вы не знаете, что будет следующим, правильно ли Вы определили эту самую следующую ступеньку? Что же делать? Надо помнить о том, что никогда коридорная цель не планируется снизу, а планируется только сверху.

Представьте себе резиновый бинт, одну его часть мы крепим к себе, а другую к коридорной цели. Отталкиваясь от коридорной цели, опускаемся на резиновом бинте до предыдущей ступени в коридоре. Что у нас получается? Мы планируем задачи сверху вниз, а не с низу вверх. Затем мы отталкиваемся еще раз опять к предыдущей ступеньке и опускаемся еще ниже. И мы постоянно задаем себе вопрос:

- Что могло предшествовать предыдущей ступени?

И когда мы дойдем до самого низа, т.е. до сидения за этим столом, Вы можете все это прописать, проделав один раз

упражнение по данному коридору сверху вниз, зная уже что нужно делать дальше. А дальше Вам нужно просто отпустить руки и ноги и резиновый бинт выстрелит Вас до самой коридорной цели, в автоматическом режиме. Вам даже не придется заниматься “time management”, Вы узнаете, Вы почувствуете, Вы ощутите каждый шаг в обратном порядке. Также мы поступаем и с другими коридорами.

Достигнув цели по каждому коридору, Вы получаете цель «Моторную». А теперь, когда Вы располагаете возможностями, Вы отправляетесь достигать свою главную цель.

А сейчас мы вернемся к герою недели и посмотрим, что он сделал такого замечательного, чтобы называться этим именем. Его успешная работа наверняка поможет ему в карьерном росте. И это - наш уважаемый Андрей Востриков. Мы спросили у Андрея, в чем суть истории операции, в которой он принял непосредственное участие:

«Была поставлена задача, решить проблему с автомобилем Volkswagen Bora, поставленного на арестплощадку. Автомобиль был буквально похищен со стоянки работниками государственной службы в нарушении всех норм законов и требований. Главная задача была вернуть автомобиль, а затем наказать исполнителей в соответствии с существующими законами государства. С задачей по возврату автомобиля я справился. Автомобиль был возвращен за три дня. Какие нюансы возникали? Автомобиль находился под арестом на основании заочного решения суда. Было решение и исполнительный лист, который был направлен в исполнительную службу. Прибыл истец, который привез заочное решение суда, и как мне удалось выяснить «зарядил» исполнителей. После чего автомобиль, находящийся в залоге в банке и был арестован. Причем, минуя требования выяснения принадлежности автомобиля, минуя справки нотариуса, минуя получения сведений о принадлежности автомобиля от органов ГАИ. Хотя сотрудники ГАИ предупреждали истца, что тот делает все неправильно. Мною было установлено, что был заказ на это мероприятие. А исполнительная служба, собрав все

документы, поставила автомобиль на арестплощадку», - рассказал Андрей.

По мнению начальника спецотдела «In Det» причина – личная неприязнь между людьми. И что еще интересно, эти люди были в свое время уволены из компании, украв достаточно серьезную сумму денег, это, по мнению начальника отдела, и могло стать причиной вот этих действий вокруг автомобиля.

- Я думаю, что все здесь делалось за деньги, хотя никаких законных оснований решать эту задачу не было. Андрей показал всем, что такие задачи, в общем, решаются за три дня. Если бы у него не было достаточного опыта в этих делах, процесс бы затянулся. А у него есть, как раз этот опыт по защите имущества, и опыт взыскания долгов. На сегодняшний день дело возобновлено. Информацию по ходу дела мы будем давать дополнительно.

«Мост»

Тема следующего разговора будет «Мост». Мы посмотрим, как мы завязываем отношения с людьми, и как это делать при помощи «Моста». Как использовать «Мост» для заключения соглашения. Этой методикой, как показала практика, никто в совершенстве не владеет. Даже в центральном аппарате люди не владеют этой тактикой на должном уровне.

Что такое «Мост»? В систематизированном коммерческом варианте этой методики не существует. По этому вопросу нет никакой литературы.

Как при помощи «Моста» завязывать поэтапно отношения? Этой методикой владеют опытные люди из центрального аппарата, наши учителя, может больше на интуитивной уровне, с высоты своего опыта. Но никто не преподает этот предмет отдельно, никто не может научить нашу молодежь, как это все делать. А без этой методики на практике останавливается вся работа и, порой, происходят значительные срывы при работе с клиентами.

Обратимся сейчас к нулевой презентации. Что это такое? Похожий пример. Вы никогда не видели этого человека. Вам нужно его разыскать. Вы его разыскали. Вам нужно поймать его

в «фокус», Вы поймали. А что делать дальше? Нужен «Мост». Почему такое название?

Когда-то ранее мы говорили о Винь Чунь. Очень интересная боевая система. Вы поднимаете руку, или делаете бросок рукой в сторону противника, вызывая его на ответные действия. То есть добиваетесь ответного воздействия. Как только контакт произойдет, все, с этого момента человек похоронен. До бойца Винь Чунь нельзя дотрагиваться, как только произошел контакт, 12 положений рук бойца достигнут Вас. И в обучении этой системе боя значительно меньше сложностей, чем, допустим, в системе русского кулачного боя. Очень похожее состояние и в случае с «Мостом». Нужен контакт, нужно как-то завязать отношения, как-то подтянуть на контакт человека, причем любого. Вот для этого и служит тактика «Мост». В нашем случае и «Компас» может сыграть роль «Моста» и помочь Вам завязать контакты и отношения. Более того, у Вас на вооружении появляется новый продукт компании, который называется «Опора». Этот продукт появился буквально недавно и родился он в результате выполнения декабрьской квалификации начальником спецотдела «In Det». Имея два рычага в вопросе установления отношений «Компас» и «Опора», можно перекинуть мост в отношениях между людьми.

Несколько слов о продукте «Опора». «Опора» - это совокупный обобщенный опыт работы компании Европейская адвокатура и всех ее подразделений за последние пять лет. Например, категория хозяйственных дел. Здесь пошагово расписана вся деятельность сотрудников, решавших эти задачи в течение последних пяти лет. Мало того, все кто работает у нас в компании, будут описывать свой опыт работы. Для того чтобы человек, впервые получивший подобную задачу, мог без особого труда изучить весь предыдущий опыт, поднять все телефоны, связи, установить контакты с нужными людьми. Одним словом, получить информацию пошагово. Например, Вам нужно работать в Херсоне. У Вас есть два рычага «Компас» и «Опора». Откройте и посмотрите, как наши подразделения выполняли эту задачу на территории Херсона. Пожалуйста, Вы открываете, а

там 50 задач, которые здесь выполнялись ранее. Изучайте, разбирайтесь, добавляйте что-то свое и решайте задачу.

Кроме того, Ваш опыт может быть оплачен через систему Интернет. Люди открывают сайт, получают необходимые документы и платят за это деньги, которые попадают автору на карточку.

А сейчас снова вернемся к организации контактов и развитию отношений. Используя тактику «Мост», мы, прежде всего, кропотливо изучаем все о человеке, с которым хотим иметь тесный контакт и отношения. Буквально все, начиная от даты рождения, заканчивая его хобби. Мы стараемся попасть в круг интересов данного человека. Как уйти с первой встречи, и быть уверенным, что она будет иметь продолжение? Довольно просто. Вы знаете, чем увлекается Ваш собеседник, например, он, долго не может найти или решиться приобрести важную для себя книгу. Вы находите возможность достать эту книгу, звоните ему и назначаете встречу, и вручаете книгу своему собеседнику. Человек несказанно рад Вашему поступку. Он теперь Ваш должник и всегда не откажет Вам продолжить с ним отношения в дальнейшем.

Любая проблема Вашего собеседника, которую Вы можете ему решить, будет служить мостом в Ваших с ним отношениях.

Немаловажную роль играет и то, какое первое впечатление Вы произвели на собеседника. Ведь нас встречают по одежке. Часто бывает, что первое впечатление оставляет очень глубокое впечатление на людей, и потом изменить его очень сложно. Постарайтесь произвести на собеседника приятное впечатление, это поможет Вам в дальнейшем.

Старайтесь понравиться собеседнику, проводите как можно больше последующих встреч с ним, и Вы увидите положительный результат.

Более подробно о тактике «Мост» мы поговорим ниже.

«МОСТЫ»

Все наиболее эффективные системы имеют одну и ту же основу, одни и те же признаки. Сегодня мы расскажем читателям о работе проводимой нашей фирмой «с колес». Что, значит, работать «с колес»? Это такая штука, когда приходится работать сразу на незнакомой территории, в незнакомом городе. И сразу необходимо завязывать новые отношения с людьми. Это краеугольный камень – завязывание отношений с людьми. Как быстро войти в контакт, быстро завязать отношения, на все эти вопросы нам ответит эта глава «Мосты».

«Мост» дает несколько преимуществ. Сам по себе «мост» помогает не только завязать контакт, он дает колею, по которой Вы потом продвигаетесь в «мостовом движении» до самого результата взаимоотношений.

Сначала мы разберем, откуда этот «мост» появился?

Наблюдая за работой наших сотрудников, можно отметить, что все они делают хорошо. Но они часто задают вопросы руководству, где им взять новых людей, как с ними завязывать отношения?

Винь Чунь

Находясь в очередной командировке, начальник спецотдела «In Det», прослушивая свои записи в плеере «iPod», обратил внимание на борьбу под названием Винь Чунь (прекрасная весна). Когда-то, много лет назад, в монастыре Шаолинь преподавалась программа подготовки бойцов по системе Кунг-фу. Подготовка занимала до 30 лет. И вот пять монахов собрались вместе, чтобы разработать новую программу подготовки, занимающую гораздо меньше времени. Но в 1720 году южный монастырь Шаолинь при очередной войне был сожжен, из пяти монахов уцелела лишь одна монахиня Нгу Май Лао Ни, и она передала свои знания сельской девушке по имени Винь Чунь. После долгих исканий была создана новая совершенная техника, соединившая в себе ценности школы Шаолинь с новыми образами животных. По преданию существует 5 символов этой техники: Дракон (как символ Шаолиня), Змея, Тигр, Леопард и Журавль. Также это соответствует 5-и лепесткам распустившегося

цветка Май, всегда, напоминая о первом Учителе, и подразумевают 5 основ восточной философии: Великодушие, Преданность, Благопристойность, Ум, Вера и 5 первоэлементов и состояний бойца: Твердость, Мягкость, Сообразительность, Смелость, Трезвость. После долгих лет тренировок Винь Чунь овладела новым боевым искусством, в котором применяются короткие, быстрые, мягкие с виду движения, становящиеся твердыми, сильными и точными, если их превратить в удар. Так гласит история.

Раньше считалось, что для подготовки человека по стилю Винь Чунь требовалось 10-15 лет. Сейчас все ступени подготовки проходят за семь лет, учитывая, что для ведения полноценного поединка достаточно знать первые две ступени. Так как третья ступень Бел Дзы (бьющие пальцы) – это уже мастерский уровень. Таким образом, нужно всего два года чтобы поставить в строй серьезного бойца, способного решить задачи поражения противника.

Журнал «Боевое искусство планеты» в разделе русский стиль Кадочникова (кулачный бой) пишет о том же, что хороший инструктор готовится два-три года.

Мы опять приходим к выводу, что все эффективные системы имеют одну и ту же внутреннюю базовую структуру.

Рукопашный бой Винь Чунь настолько структурирован и серьезен, его методика обучения настолько проста, что, прослушав эту небольшую лекцию, Вы к концу нашего разговора сможете сами обучить этому стилю человека. Конечно, все это нужно повторять, тренироваться. Но, в крайнем случае, идею Вы поймете полностью. То есть если в каратэ идея непонятна – огромное количество ударов, блоков, куда и что применять неясно. Винь Чунь стиль, не требующий большой физической силы. Краеугольным принципом Винь Чунь является короткая линия между двумя точками – прямая, поэтому в Винь Чунь практически отсутствуют боковые удары. При просмотре славянских видов борьбы, были обнаружены те же принципы Винь Чунь: атака и защита объединены одновременно. Если мы находимся на ученическом уровне, существует атака и оборона, объединенные

между собой, но на уровне мастеров обороны не существует вообще. Мы начинаем атаковать позже, чем противник, а заканчиваем атаку раньше, чем противник. На уровне Бел Дзы – это уже агрессивно атакующая техника. Кроме того, Винь Чунь это прикладной вид сам по себе. Он не предполагает единоборства спортивного. А так как этот вид создан был женщиной в феодальные времена, то становится понятным, для чего этот вид борьбы был создан. Он был создан для борьбы против вооруженного противника. Поэтому Винь Чунь имеет строго структурированную систему, систему быстрой подготовки бойца. У этого вида единоборства очень простая стержневая структура, на которую можно нанизывать, как мы говорили раньше, модули, те, которые необходимы. И как мы сказали Винь Чунь это такой стиль атаки, который в конечном итоге ведет к поражению противника, мы начинаем атаку позже противника, а заканчиваем раньше противника, и эту идею мы будем дальше развивать в «мостах».

Еще один принцип Винь Чунь: «нет рук, нет ног». Это, конечно, не значит, что руки не важны для ног, или ноги не важны для рук. Дело в том, что мы до контакта с противником не можем применять ноги – это важный момент для наших «мостов» в последующем. Почему? Потому что мы не контролируем ситуацию, происходящую с противником.

Ну, например, Вы стоите на расстоянии от противника два метра, и пытаетесь нанести удар ногой. У противника достаточно времени, для того чтобы сделать шаг назад, провалить Вашу ногу, и атаковать Вас в незащищенное место. В Винь Чунь это запрещено, это неправильно, с точки зрения стиля. Вы короткими шагами сокращаете дистанцию до противника, и вот здесь начинается та тема, о которой мы говорим сегодня.

Следующим движением мы наводим «мост», это может быть движение рукой в сторону противника, это движение может быть разным. Но смысл «моста» заключается в вызове ответной реакции. Руки противника или его ноги должны войти в контакт с Вами. Как только Вы вошли в контакт с противником, Ваши руки попадают в одно из 12-и положений. Других поло-

жений рук в ходе боя быть не может. Вам достаточно разучить простые технические действия в каждом из положений рук. Руки после наведения «моста» могут находиться в одном из 12-и положений. Вы наводите «мост», руки находятся в одном из указанных положений. Затем необходимо все отработать на деревянном манекене. Достаточно 20-30 минут в день занятий, и Вы на относительно высоком уровне сможете противостоять мастеру спорта по боксу, так как в Винь Чунь самые лучшие руки в мире, лучше даже боксерских. Еще раз напомним – Винь Чунь это прикладная система, сама по себе она направлена исключительно, на поражение противника, а не на спортивное единоборство.

Итак, «мост» - это контакт с противником, это то, что позволяет переводить спектр внимания противника на себя.

Но в нашей ситуации это не противник, у нас это потенциальный клиент, потенциальный работник. Руководство компании было вынуждено для своих сотрудников систематизировать все «мосты», которые существуют на сегодняшний день, и применялись когда-либо в нашей работе. А потом показать «мостовое движение» в этих направлениях.

Что мы можем использовать в качестве «моста»?

Первое - прибор «свой-чужой» - любопытнейший механизм наведения «моста». Звучит он приблизительно так. Найдите схожесть Вашу и человека, и подтвердите ее ему. У каждого человека в голове в подсознании сидит прибор «свой-чужой», и постоянно подсознание спрашивает у сознания, а свой ли он? Можно ли доверять этому человеку?

Например, начальник спецотдела «In Det» прибыл в ЦКБ «Коралл» для подписания контракта с очень сомневающимся Генеральным директором на представительство его интересов по земле в г. Севастополе. При входе в кабинет Генерального директора начальник спецотдела заметил макет подводной лодки. Реакция, отработанная годами не подвела и на этот раз. И он говорит:

- Ой, какая подводная лодка, у меня отец на такой подводной лодке служил.

Хотя он не знал, на какой лодке служил его отец.

Генеральный директор:

- Да, я ее проектировал.

Директор не зря ведь держал в кабинете эту лодку на постаменте, он гордился своим детищем. Вот он механизм «свой-чужой». Наш начальник отдела для директора уже «свой». Он садится с левой стороны от директора, обязательно под левую руку. Почему? Психологически человек, находящийся с левой стороны – это друг, с правой стороны – враг. Такое положение (посадка с левой стороны) вызывает доверие.

Второе – риторический вопрос.

Действие происходит в самолете. Рядом с представителем фирмы Европейская адвокатура сидит девушка украинка. Такая, вся в себе. Она достает «iPod» такой же, как у представителя фирмы, и начинает усиленно с ним возиться. Представитель фирмы спрашивает:

- Скажите, пожалуйста, а где Вы берете видеоконверторы на этот «iPod», дело в том, что у меня такой же аппарат, как и у Вас.

И вот лед растоплен, человек разговаривает с представителем фирмы в течение часа. Сработал прибор «свой-чужой», а мостом послужил «риторический вопрос». Вот так работает «риторический вопрос». В этом примере одновременно сработали два моста.

Третье – приглашение на спектакль.

Все любят смотреть «шоу» в качестве зрителя, когда человек не является участником события, ему страшно не хочется играть в этом спектакле. А вот наблюдать и критиковать – это с удовольствием. Поэтому когда мы приглашаем человека на презентацию какого-то продукта, то мы говорим ему:

- Пойдем на них посмотрим.

Не пойдём, поучастуем. Я приглашаю тебя на презентацию, там тебе будут рассказывать, как стать успешным. Нет, он не пойдет никогда в жизни. Опять логика мостов. Я говорю я «свой». Мы вместе с тобой, Мы движемся в одном направлении.

Четвертое - движение в одном направлении.

Как мы применяем это? Мы говорим:

- Пойдем на них посмотрим.

Это уже движение в «мосте». В первом моменте мы показываем человеку «свой-чужой». Мы говорим:

- Не хочешь ли ты пойти посмотреть вместе со мной на них, на этот спектакль?

Люди очень любят ходить на спектакли, когда они сами не являются участниками событий.

Например, нужно пригласить человека на встречу, а он очень занят, и идти на встречу ну просто не хочет. Вы говорите:

- Я тебя крайне ценю, как специалиста в этой области. Мне нужен твой совет. Пойдем на них посмотрим, проанализируем все это.

И человек с удовольствием соглашается.

Ему не надо говорить - поучастуй в переговорах. Он в них и так участвовал, и делал все, как положено.

Но если бы вы сказали ему, что он Вам нужен, озадачили его, вряд ли он согласился участвовать во всем.

Вот так наводятся «мосты».

Пятое – секрет.

Это следующий «мост». **«Я знаю то, чего не знаете, Вы», Вам интересно я расскажу в удобное для Вас время.** Это просто потрясающая вещь. Человека всегда привлекает тайна.

В качестве примера покажем шаблон, которым пользуются в компании Европейская адвокатура: «Я знаю, как мы могли бы зарабатывать с Вами 1000\$, если Вам интересно, я могу Вам рассказать в любое удобное для Вас время». Это Шрайтерский тренинг вида 90-х годов. Шрайтер дает это в качестве «моста».

Данная конструкция не содержит отказа. Если человеку интересно, он говорит да, расскажи, если нет, он просто «передает Вам кофе». И Вы как бы видите, что это не Ваш потенциальный клиент.

Шестое – у меня есть деньги.

Все люди любят тратить чужие деньги, просто обожают это делать. Вы заметили, что всегда хорош тот человек, который угощает кого-то за свои деньги. Для окружающих это всегда хороший человек. Верно? Вот у меня есть деньги, помогите мне их потратить. Внимание моментально переключается на Вас. Небольшой пример. Встреча с чиновником. Вы приходите к нему и говорите:

- Здравствуйте.

Чиновник:

- Здравствуйте.

Вы представляетесь и говорите:

- Вы знаете, мы пробили интересный грант, и мне выделили 100000\$ на каждого человека, которого мы подберем здесь в Севастополе. Мне нужна помощь, Ваш опыт, чтобы подобрать необходимого человека. Собственно гонорар мы могли бы поделить, сработав вместе.

Вот Вам «мост», который позволяет моментально перевести внимание на Вас – ***у меня есть деньги, помогите их потратить.***

Или:

- Вы знаете, я познакомился с директором инвестиционной группы, и он готов инвестировать сюда 50 млн. долларов США. И вот я думаю, куда бы можно было бы их вложить? Процент мизерный – 5% годовых. Я мог бы их перевести.

Вы задаете риторический вопрос, и тут же применяете «мост», который называется - деньги.

Седьмое – чем Вы любите заниматься в свободное время?

Это следующий «мост». Человек потрясающе любит рассказывать, чем он любит заниматься в свободное время. Форма – безотказная. Вот Вы сидите и спрашиваете:

- А чем Вы любите заниматься в свободное время?

Все, «мост» наведен. Можно собеседника вгонять в «мостовое движение». Он с удовольствием будет рассказывать, чем он любит заниматься в свободное время.

Восьмое – «бизнес-мосты».

Это вариант, когда Вы разговариваете с бизнесменом. С ним можно разговаривать на очень ограниченное количество тем. Все считают, что «мосты» в бизнесе очень сложные, их много. На самом деле бизнесмена интересует очень ограниченный круг вопросов. И вот эти «мосты» выглядят так:

а) Обещание клиентов.

Применяем риторический вопрос:

- Бывает ли много клиентов для какого-нибудь бизнеса?

Это проективный вопрос, он может являться одним из «мостов».

Собеседник:

- Да что Вы, как же для бизнеса может быть много клиентов?

И вот здесь Вы можете переходить к «мосту» и говорить:

- Я знаю, как увеличить сюда поток клиентов в десять раз, и я готов рассказать об этом в удобное для Вас время.

Либо:

- У меня есть клиенты, и я как раз думал, куда бы их передать?

Вы «свой» для этого человека, Вы - хороший парень.

б) Обещание решить затянувшиеся проблемы.

Существует у человека длинная затянувшаяся проблема. Вы говорите:

- Я знаю, как решить эту проблему, и что надо делать, чтобы освободить тебя от нее.

Через определенный промежуток времени это будет «мостом» и одновременно началом «мостового движения».

в) Обещание увеличить прибыль.

Этот «мост» действует просто, Вы обещаете человеку получение денег и увеличение его прибыли.

г) Уменьшение затрат.

Речь идет о снижении издержек в любом деле. Вы в этом случае говорите:

- Я знаю, как ты мог бы меньше тратить денег каждый месяц. У тебя наверняка есть мысли, куда потратить оставшиеся деньги.

д) Экономия времени, но в паре с каким-либо другим «мостом».

К сожалению, наши люди пока еще не научились ценить время. Это в Америке экономия времени представляет большой интерес, но только не у нас. Поэтому этот «мост» нельзя применять в виде только экономии времени, он не будет работать. Но вот в паре – это совсем другое дело. Например, Вы говорите:

- Я знаю, как увеличить прибыль и сэкономить время.

Эта двойка работает хорошо.

е) Сладкая еда.

Этот «мост» крайне сильно действует на потенциального клиента. Никогда не обедайте с клиентом или со своим партнером – ешьте с ними только сладости: мороженое, пирожное, торты. В этом случае, можете считать, что соглашение заключено. Глюкоза действует на мозг человека, и он начинает мыслить логически.

ж) Тайная связь.

Сделайте так, чтобы Вас связывала какая-нибудь тайна с человеком. Вы завязываете долгосрочное соглашение с клиентом, это уже элемент «мостового движения». Вас объединяет с ним тайна. Вы поступаете по принципу – враг моего врага мой друг. Вы вместе обдумываете определенные действия против кого-то. Как говорил в бессмертном фильме «Убойная сила» оперативник Плахов, чем отличается “Excuse me” от “I’m sorry”? “Excuse me” – это когда они собираются сделать гадость, а “I’m sorry” – они это уже сделали.

з) Повышение чувства собственной значимости у человека.

В качестве «моста» задается такой риторический вопрос:

- А знаете ли Вы двух людей в деловых кругах Севастополя?

Кто же Вам скажет, что не знает? Конечно, собеседник знает. В этом случае можно переходить далее к «мостовому движению» в беседе с потенциальным клиентом.

и) Движение в одном направлении. Это случай, когда я знаю, что Вы заинтересованы в чем-то, и наши интересы совпадают. Покажите человеку, что Ваши интересы совпадают, что Вы думаете так же, как и он. Станьте свидетелями чужой правоты. Вот Вам и потрясающий «мост».

к) Обмен (бартер).

В некоторых службах это называют обменом информацией. Мы Вам эту представляем информацию, Вы нам – ту. Нам Ваша информация представляет интерес, Вам наша. Мы могли бы поменяться и поставить галочки – наши интересы совпадают. Так работает «мост» - бартер.

л) Любовь к делу – хобби.

Что такое хобби Вы все прекрасно представляете, это может быть увлечение компьютером, Интернетом, охотой, рыбалкой. Спрашивайте у человека о том, чем он любит заниматься, и он Вам будет бесконечно долго об этом рассказывать. И Вы станете самым уважаемым и любимым для него человеком. Ранее мы говорили о законах заключения соглашения. Когда Вы для человека что-то делаете, он подсознательно становится Вашим должником. Он желает отплатить Вам тем же: «Что посеешь, то и пожнешь». Если вы, допустим, спросили у человека хорошая ли охота в этих местах? И знает ли он, где можно хорошо поохотиться? Он увлекающийся охотой часами будет Вам рассказывать об этом.

м) Глебовский коридор – брошюра «Как создается результат».

В статье подробно описан механизм наведения «мостов». Как завязать контакт с клиентом. Какие нужно совершить шаги

для контакта с клиентом. Как проводить диагностику при помощи ЛБК. Вы говорите человеку:

- Я знаю про вас все. Хотите, научу Вас тому же?

Или Вы говорите ему вещи в качестве «моста», которые его интересуют. Если у человека, допустим, нос с легкой горбинкой, то ему свойственно тщеславие. Вы говорите:

- Вы представляете себе, насколько Вы станете популярным и знаменитым в качестве писателя?

Вы можете свободно наводить «мост». На подсознательном уровне защелкивается табличка – этот человек «свой», ему можно доверять. Далее «мост», как проективный вопрос, затем переповторение того, что сказал человек, с предложениями. Вот Вам наведение контакта.

Разные «мосты» применяются на разных дистанциях. Какова квалификация «моста»? «Мосты» бывают таких видов, как **личный контакт**, когда Вы находитесь на расстоянии вытянутой руки, **«мост» по телефону** – на дистанции электронной, и **«мосты» в невидимом варианте**, например, чат в Интернете, когда Вы не видите человека, а общаетесь с ним только посредством печатной коммуникации.

Задачей всех «мостов» является - свести дело к личному контакту и продолжению отношений. Это цель любого «моста».

Развитие в контакте отношений и называется «Мостовым движением».

Два вида «мостов» работающие на Вас круглые сутки.

А сейчас поговорим о двух видах «мостов», которые абсолютно безотказно могут работать на Вас 24 часа в сутки.

Дополнение других людей.

Есть такой критерий, который называется «Дополнение других людей». Когда Вы дополняете какого-то человека, то есть говорите с восхищением о каком-либо человеке, то к Вам тянутся люди, независимо от того, хотят они этого или нет, то есть человек идет в общество себе подобных, где ему хорошо, где много еды и удовольствий, хороший руководитель и высокая зарплата. Это страшный «мост», от которого нет защиты, ни у одного типа человека, даже у профессионалов спецслужб, кото-

рые много работают над собой. Когда Вы **дополняете людей**, это подсознательно вызывает к Вам доверие. Человеческий мозг срабатывает, как затвор автомата Калашникова.

- Если он говорит хорошо о таком-то, то и обо мне он говорит, видимо, тоже хорошо, - рассуждает человек.

Никогда нельзя «за глаза» говорить плохо о других людях, особенно в присутствии потенциальных клиентов. Еще хуже обсуждать руководство с кем-то.

Присутствуя при обсуждении начальника, потенциальный клиент думает:

- Если ты так плохо говоришь о своем руководителе, значит, ты также плохо говоришь и обо мне, когда меня нет рядом.

Эта мысль автоматически срабатывает в голове потенциального клиента. Ни в коем случае этого нельзя делать, как бы Вам не надоел Ваш начальник - сволочь. Вредить будете только себе.

Никогда, ни при ком не говорите плохо о людях. В противном случае, автоматически этот человек закрыт для Вас, как потенциальный клиент. Вы никогда не найдете с ним ни одного «моста». Как только его уши услышали, что Вы гадко говорите про кого-то, все автоматически задраились кремальеры, и «мост» превращается в независимый отсек, и входа Вам в него нет. В душу этого человека Вам никогда не попасть.

Что же нам дает восхищение другими людьми? Или дополнение других людей?

Самое интересное из всего этого - это **дополнение своего руководства**.

Как это работает в качестве «моста»? Сейчас мы покажем, как дополнение своего руководства вызывает бешеный интерес, затем происходит проектирование всего этого на Вас, осуществляется подмена одних понятий другими. Человек общественное животное, и Вы для него не авторитет, раз он с Вами общается. Для него авторитетом является тот человек, с которым он общаться не может, тот, который находится на более высокой служебной ступени.

А если Вы говорите:

- Мой босс, он такой замечательный, Вы себе представить не можете, он босс боссов, он может порвать любого в Севастополе, он очень популярен.

Все человек хочет попасть в Ваше общество.

А Вы постоянно говорите:

- Босс может то, босс может это, он решает любые проблемы, босс супер, я тащусь от своего босса, я хочу быть похожим на своего босса.

И человек думает:

- С этим человеком надо считаться, он не очень сам по себе, но у него такой босс.

Автоматически подсознание потенциального клиента начинает срабатывать: этот человек с ним надо считаться, он мне нужен для дела, у него очень серьезные связи, очень серьезные знакомства. Дальше - больше. Что происходит через некоторое время? Вы помогли этому человеку через босса решить один вопрос, другой. Он забывает про Вашего босса. Происходит проекция, подмена одних понятий другими. Больше босса нет, есть Вы, который очень нужен этому человеку. И он все время задает риторический вопрос:

- Как там босс?

А на самом деле ему нужны Вы, так как Вы все время решаете все вопросы, а босса он не видит. Человек такое существо, которому нужно все потрогать своими руками, а он касается только Вас. Поэтому в его мозгу происходит проективная подмена одних понятий – другими, так как он начинает осознавать, что боссом для него являетесь Вы.

Что дает восхищение боссом в качестве «моста» и в режиме «мостового движения»?

Это дает полную безопасность. Никогда не станут конфликтовать с человеком, у которого такой босс. Вы восхищаетесь своим боссом и обеспечиваете себе безопасное положение на шахматной доске. Да, он, конечно не подарок, но у него такой босс, они там, как жажнут, позвонят кому-нибудь и от меня останутся «рожки да ножки», мы не знаем их возможности. А неведение пугает человека, страшно пугает. Незнание манит и

всегда пугает. Простая вещь – восхищение своим руководством приводит к таким результатам. Это «мост мостов». Систематическое, ежедневное восхищение своим руководством, дополнение своего руководства говорит о том, что я иду к тебе, иду в твоё общество.

Вот, например, как происходит при продаже: все говорят, покупают человека. Врут. Покупают сексуальную энергию этого человека, а не самого человека. В мире ничего не продается. Произошел обмен энергетикой – произошла продажа, не произошел – продажа не произошла.

Поэтому женщина, которая не выглядит сексуальной, в принципе, ничего продать не может. Для кого-то она кажется сексуальной, вот он у нее и покупает. Это заложено в глубинах подсознания человека. Это так называемая точка доступа к подсознанию, которая называется «Инстинкт продолжения рода». Ничего другое не работает.

Точка доступа к подсознанию – безотказно работающая вещь.

«Мост мостов» - Компас.

Вторым видом «моста», работающего на Вас круглосуточно, является Компас. Мы выяснили, что Компас – это потрясающий «мост». Это «мостовое движение» и «Ахиллесов коридор» одновременно. Например, Вы рассказываете человеку о Компасе и одновременно решаете его проблему. Вот оно «мостовое движение» в Компасе. Таким образом, Компас – это еще и инструмент наведения «мостов». Каждый раз в Компасе выясняются новые вещи полезные для делового и обыкновенного человека.

В Винь Чунь атака и защита применяются одновременно в одном блоке. Тот же принцип мы применяем и здесь. Мы одновременно наводим «мост» и начинаем движение в «Ахиллесовом коридоре». «Мостовое движение» заканчивается, и мы решаем задачу с помощью Компаса. Мы здесь же показываем потенциальному клиенту, как все это можно сделать с помощью Компаса.

Руководство компании не проводит тренинги по презентациям один на один, мы проводим презентации в присутствии своих сотрудников. Они смотрят, как это делает руководитель, и учатся. Мы не читаем лекции, а просто проводим презентацию в формате два на один. Том Шрайдер говорил:

- Есть два способа тренировать людей, один потрясающий, второй абсолютно не работает.

То есть способ, о котором мы говорили выше, и является тем способом, который работает. Других способов тренировки просто нет. Чтобы чему-то научиться, потенциальный партнер, Ваш потенциальный сотрудник, должен быть рядом с Вами, когда Вы работаете. Он должен пережить все возникающие моменты в работе с каким-либо потенциальным клиентом на ментальном уровне.

Таким образом, Компас и Дополнение людей являются двумя мощными стержнями, которые применяются в системе «мостов».

«Ахиллесов коридор» - часть «мостового движения».

«Мосты» служат для завязывания контактов. Допустим, Вы установили контакт, а что дальше? Часто задают вопрос:

- Что делать, если информация эта не нужна человеку?

Прежде всего, надо установить, в каком состоянии находится человек после установления «моста»? Можно ли кому-то что-то предлагать, не вгоняя человека в коридор «мостового движения»? Это бесполезная трата сил и времени.

Мы помним, когда мы навели «мост», то мы сталкиваемся с одним из четырех состояний человека: осознанность (редко), освобождение от проблемы, получение удовольствия, пограничное состояние сна, когда он захвачен петлей какого-нибудь маятника. После наведения «моста» мы сразу видим, что человек находится в пограничном состоянии под воздействием средств массовой информации, например. Можно ли в этом состоянии ему что-то предложить или продать? Конечно, нет. Вы хоть подпрыгните до потолка, а с этим человеком ничего не получится.

Остается только одно - **присоединиться к этому человеку**. Есть два метода присоединения к человеку: медицинский на основе гипноза (физическое присоединение). Он достаточно хорошо описан в литературе. И второй метод – ментальный. Метод **визуальной моторной репетиции**. Очень любопытный метод. Как работают торговые агенты в США? До начала работы они проигрывают в голове сценарий. Однако более эффективным методом является **метод визуальной моторной репетиции**. Этот метод можно применять ежедневно со 100% гарантией результата.

Представьте себе человека, с которым Вы уже навели «мост», находящегося в состоянии полного абсурда, например, сидящем на унитазе в бигудях. И сохраните этот образ до конца Вашего разговора. И этот метод работает. Или надо уgomонить шумящий зал. Вы представляете, что в зале сидят зайки, и если они будут плохо себя вести, Вы накажете их. В этот момент Вы превращаетесь в жоака, в лидера.

То же самое происходит, когда Вы захватываете внимание на ментальном уровне присоединения клиента, когда Вы представляете его сидящем на унитазе в бигудях. Вот метод визуальной моторной репетиции, который работает лучше автомата Калашникова. Это безотказный метод. Вы его подавили уже своей волей, когда проиграли этот образ в голове и поставили этот фон до конца «мостового движения Ахиллеса коридора».

Что дальше делать с клиентом? Вы реально понимаете, что надо выводить клиента из этого состояния. Чтобы вывести его из этого состояния к нему надо присоединиться методом визуальной моторной репетиции, не методом отзеркаливания, не методом манипуляции. Когда Вы манипулируете им, он как бы на время отвлекается на Вас, выполняет все, что Вы хотите, и возвращается обратно, как пружина в исходное положение. Бесполезно, Вы как бы с пружиной играете с ним. Вы его туда, что-то добились от него, а он обратно сократился, и так до бесконечности. Нет. Его надо вести по коридору, а не манипулировать им. То есть присоединились, уже подавили его волю. Все, он уже Ваш, он думает. Вот, что было сделано с одним господи-

ном. Его провели по коридору и просто ударили навстречу. Он как сидел, эта машина с этими бицепсами, так и обмяк. Было понятно, что его надо привести в рабочее состояние. А чтобы привести его в рабочее состояние, его надо ударить навстречу. А ударили просто – поставили тестовую задачу, которую он не может выполнить. Так называемый метод идиотизма. Было в свое время в Америке. Собрали 140 ведущих ученых США на острове. Дали им 14 предметов, которые надо было отранжировать по степени важности после кораблекрушения. Это были компас, спички и прочее. Ни один ученый с этой задачей не справился. Дураком можно родиться, но еще проще человека сделать дураком. Достаточно ситуационно задать шкалу ценностей и медленно опускать человека по этой шкале ниже плинтуса. Чего нельзя делать с потенциальным клиентом. Вот метод, который был применен. С момента постановки тестовой задачи вышеуказанному господину была создана возможность, с ним разговаривать. С этого началось собеседование. Господин смотрел на представителя фирмы, как солдат на вошь. И думал:

- Что ты мальчик знаешь про бизнес, что ты мне можешь рассказать о бизнесе?

Это чувствовалось. Но он был загнан в коридор, и его заставили ехать в Симферополь. Его заставили совершать действия, которые он делать совсем не хотел. Но, чтобы заставить его ехать в Симферополь, надо было найти повод, и повод был найден – зарплата в 20 тысяч долларов США в месяц. То есть он поехал за большой зарплатой, а так как он был жаден, то получил удар навстречу. Он понял, что его провели по коридору и обрубили, посадили перед собой в состоянии нокаута. Все. Теперь можно было начинать собеседование. И оно было растянуто на целых три дня.

Поскольку вышеуказанный господин находился не в том состоянии после наведения «моста», в котором было нужно, и не собирался в другое состояние.

Вы не должны позволять потенциальному клиенту делать то, что он хочет. Вы должны разобраться, в каком состоянии он находится, клиент или сразу об этом скажет, или ему нужно бу-

дет задать проективный вопрос, тогда он начнет Вам об этом быстро рассказывать. Или Вы должны, каким-то способом навести «мост», затем повторить второй «мост», затем – третий, и одновременно в голове держите то, что отрепетировали визуально. То есть придумали ему абсурд какой-то, и все нормально. Допустим, в клетке его представили в зоопарке, когда Вы пришли посмотреть на него.

Метод «визуальной моторной репетиции» позволяет четко захватывать внимание любого потенциального клиента или человека, и многократно проверен в период практической работы. В любой отрасли – лучше этого способа нет.

Ахиллесов коридор

После метода «визуальной моторной репетиции» мы попадаем в так называемый «Ахиллесов коридор». Вы помните о том, что нельзя позволять потенциальному клиенту до момента присоединения к нему и после момента присоединения, двигаться в том направлении, в котором он хочет.

Как поступают все торговые агенты? Они начинают преодолевать возражения клиента и тратят на это время.

Мы не будем вести человека по коридору, мы будем строить, закладывать фундамент долговременных отношений с ним.

Принципы «Ахиллесова коридора» Вам будет понять довольно просто. У Вас должны быть конструкции, заранее запрограммированные после «моста» понимания, в каждом из 4-х состояний, описанных выше. Остальное - в «Ахиллесовом коридоре». Вы импровизируете, как в джазе, с обязательными столбами в этих «Ахиллесовых коридорах». Столбы мы как раз и обсудим.

Вот, что Вы обязательно должны делать в ходе разговора, все остальное можете делать, как Вам захочется:

1. Минимум дважды в «Ахиллесовом коридоре» включать прибор «свой-чужой», и довести это действие до автоматизма. То есть найти два сходства. Как только заговорят о том, что Вам близко, Вы говорите:

- Я тоже думаю так, мой папа тоже служил на этой подводной лодке.

Если Вы включите прибор «свой-чужой» три раза хуже от этого не будет, пять раз – еще лучше.

2. Все конструкции, которые Вы пишете, находятся в четырех плоскостях, Вы не можете писать конструкции в этих «Ахиллесовых коридорах», которые не затрагивали бы точки доступа к подсознанию человека.

В «Ахиллесовом коридоре» с применением прибора «свой-чужой», а до этого с применением метода «моторной визуальной репетиции», Вы должны каждую фразу, которую применяете, соотносить с точкой доступа к подсознанию.

А их всего четыре:

1. Инструмент размножения человека.

Вы не можете говорить, не соотнося свою речь с одной из точек доступа к подсознанию. Вы обязаны говорить о продолжении рода. Мы только что привели пример, как это выглядит в отношении Компаса. Но это не панацея. Можно придумать множество конструкций с этой фразой.

2. Чувство собственной значимости человека.

Это когда Вы надеваете на него корону всякий раз с применением обязательно глагола *визуализации*.

Посмотрим, как это работает. Например, Вы дали человеку эту фразу, и после сразу же в «мостовом движении» вгоняете его в «Ахиллесов коридор», и говорите:

- Представь себе, насколько ты продвинутым будешь, когда припаркуешь возле этого офиса свой новый BMW.

Или когда Вы заходите в офис и начинаете восхищаться предметами интерьера, которые окружают руководителя – это повышение чувства собственной значимости. А если Вы еще и «мост» закручиваете и говорите:

- О! Какая у Вас картина!

Руководитель:

- Да, эту картину я купил за 500 тысяч долларов.

Вы:

- Я тоже всегда интересовался искусством, не могли бы Вы подробнее рассказать об этой картине?

Руководитель:

- Да, это же моя картина. Я Вам про нее все расскажу.

Он превращается на глазах в «Великого Дракона». Все. Этот человек сделает для Вас все. В самом конце можете озвучивать свою просьбу, и вопрос будет решен на сто процентов.

3. Оборона и активная оборона.

Например, Вы совмещаете сейчас две точки доступа к подсознанию, и говорите:

- Если мы упустим сейчас этот обед, подумай, как ты будешь смотреть своим детям в глаза после этого?

То есть Вы эксплуатируете две точки доступа к подсознанию. Человек всегда находится в состоянии активной обороны своей территории. Это присуще всем живым существам. Этот «обед по праву принадлежит тебе, подумай, как ты будешь смотреть в глаза своим детям, если мы его сейчас упустим». Здесь затронуты две точки доступа:

- Поверь, я такой же, у меня тоже это было в свое время.

И Вы рассказываете тут же историю, что было с Вами – вторая точка доступа.

4. Увязывания того состояния, в которых находится человек (1,2,3,4) с вашей задачей.

Эта последняя точка постоянно варьируется. Создаем «мост», то есть «враг моего врага, мой друг», интересы сторон совпадают, и мы движемся в одном направлении. Вот точка доступа к подсознанию. Вы безопасны, Вы на моей стороне баррикады.

Как ломается агрессия человека? Например, приходит человек, а Вы говорите ему:

- А чего Вы на меня голос повышаете? Я у Вас единственный друг, который на сегодня остался. Хотите, объясню почему?

Человек:

- Ну, объясните.

И Вы начинаете рассказывать о том, что только Вы будете воевать с ним плечом к плечу, потому что наши интересы в этой ситуации совпадают. Только Вы будете для него делать то-

то и то-то, потому что наши интересы совпадают. Все – Вы друг. Вы тот, кто был нужен. Вы будет воевать с ним плечом к плечу. Мы эксплуатируем две точки доступа – активную оборону, и вторую – движение в одном направлении.

И концовка разговора. Вы не можете людям закрывать сделки. Руководство компании категорически запрещает своим партнерам закрывать сделки. Так как у человека всегда должен оставаться выбор. Вы говорите:

- Положите деньги или усилия. Когда будете готовы финансово, позвоните. Я жду Вашего звонка.

То есть затрагиваете чувство собственной значимости, и одновременно Вы становитесь другом.

Собеседник отвечает:

- Да я уже готов финансово, еще два часа тому назад был готов.

Вы даете человеку возможность уйти сейчас и подготовиться финансово. Вы понимаете, что он может быть, в принципе, быть не готовым финансово. Вы даете ему постоянно два рычага поступить так или так. Но все равно он попадает в ситуацию, которая Вам нужна.

Самое важное в «Ахиллесовом коридоре» - Вы не позволяете потенциальному клиенту делать то, что он хочет. Вы, клиент примете решение, а мы будем выполнять Вашу задачу. В консалтинге нельзя за клиента принимать решение. Если в продаже Вы фактически навязываете ему решение, то в консалтинге этого нет. Клиент, конечно, покупает то, что ему нужно, и Вы продаете это ему.

Почему в консалтинге этого нет? Потому, что в противном случае Вам скажут:

- Вы приняли это решение, и вот посмотрите, что получилось. Мы потратили на Вас день, и вот результат.

Нет. Здесь в консалтинге Вы, клиент, примете решение, а мы будем решать Вашу задачу. Мы поможем человеку принять правильное решение.

Смысл «мостового движения» в чем состоит?

Создать условия, при которых наиболее вероятно выполнение той задачи, которую Вы себе поставили в начале разговора перед наведением «моста». То есть Вам нужно ситуационно создать такие условия, при которых человек практически неспособен, не принять решение в Вашу пользу. Вы обязаны использовать вот эти моменты в работе с людьми. Это работает, как при рекрутинге, так и при консалтинге, так и при чем угодно.

Вы не можете не говорить фраз, не затрагивающих точек доступа к подсознанию. Вы обязаны применить прибор «свой-чужой» не менее двух раз в ходе разговора. Вы должны отретировать ситуации визуально, и держать себя в этом состоянии, вспоминая в ходе разговора, кто это такой сидит перед Вами.

Работает это безотказно. То, что мы сейчас показали Вам – специальная технология разработанная Бизнес-Советом. Она абсолютно безотказна в любых ситуациях. Вот поэтому все соглашения, которые заключал руководитель спецотдела «In Det», были всегда успешными. Мы никогда не слышали от него фраз, не затрагивающих подсознание, когда он с кем-то разговаривал. Каждая его фраза строго отретирована заранее. Это как раз те шаблоны, те модули, о которых мы говорили ранее, которые позволяют из нескольких небольших модулей создавать бесконечное множество вариантов.

Работа в Симферополе

В качестве примера, мы расскажем, как готовился сбыт в г. Симферополе, когда компания только начинала работать на территории АРК. Сотрудникам в то время никто ничего не объяснял в таком объеме, попросту этого всего не было. Сотрудники сразу ставились в условия коридора и им говорили:

- Делай раз, два, три, четыре, пять, шесть.

Каждый клиент должен пройти по «лестнице эскалации». Вы должны совершить в ходе разговора с клиентом несколько действий. У нас на сегодняшний день есть все «мосты», в то время их было всего два. Тогда использовали такой «мост»:

- Я знаю, как, я знаю человека, или я знаю то, что не знаешь, ты, если тебе интересно, я могу тебе об этом рассказать. Все было завязано на финансовый эквивалент. Например:

- Я знаю человека, который мог бы нам рассказать, как заработать 10 тысяч долларов в месяц, если тебе интересно, нам надо собраться всем вместе и послушать.

Или:

- Я вчера поговорил с человеком, и знаю теперь, как мы могли бы заработать с тобой 10 тысяч долларов в месяц. Если тебе интересно, я расскажу об этом в удобное для тебя время.

Второй «мост»:

- Знаете ли Вы двух людей в деловых кругах г. Симферополя?

Кто скажет – нет?

Далее мы основывались на видении, как человека проверить? Мы говорили:

- На тебе наш телефон, звони.

Человек:

- Зачем?

- Потому, что я знаю, как мы могли бы с тобой заработать 10 тысяч долларов в месяц, если тебе интересно, я тебе расскажу. Рассказывать можно бесконечно, а я покажу тебе, как это работает.

Если же у человека не было такого знакомого, он, обычно, говорил:

- Да, ну ты сначала мне расскажи.

Значит, у этого человека нет знакомых. Он не представлял интереса для компании. За две минуты можно было выяснить, представляет ли человек интерес, как потенциальный проводник информации или нет. Почему сбыт в Симферополе занял первое место в Украине? Потому что они просто выполняли «мостовое движение», в которое их поставили.

Практически это происходило так. Ехали в офис, пили кофе с человеком, и руководитель фирмы все это показывал. Приглашенный человек чего-то ждал от руководителя, но тот ничего не делал. Кто-то начинал спрашивать руководителя:

- А чем Вы занимаетесь?

Если же этого не происходило, руководитель фирмы спрашивал человека:

- А интересно ли Вам узнать, что наш холдинг коллекционировал для Вас в течение пяти лет своей работы?

Нам еще не встречалось ни одного человека, которому было бы неинтересно, что для него коллекционировали в течение пяти лет. И он, конечно, соглашался.

Сотрудники компании проводили одноминутную презентацию и отвечали на три вопроса:

- чем компания занимается, и в каком бизнесе;

- что нужно было бы сделать, для того чтобы компании завязать сотрудничество;

- и сколько денег это могло бы принести.

Говоря словами Т. Шрайтера: «Я гангстер, стреляю в людей и получаю 50 тысяч долларов в год.

Таким образом, у Вас есть все факты сейчас для того, чтобы присоединиться со мной, заниматься этим, либо отказаться от этого. Вы знаете, кто я, что я гангстер. Вы знаете, что я делал, и что придется делать Вам. И совершенно точно знаете, сколько это будет приносить Вам денег».

Вот так фирма строила разговор о своей деятельности. Ситуации были разные. Было предложено два рычага. Когда человек говорил:

- Да у меня все здесь схвачено, все адвокаты и тому подобное.

В таком случае сотрудники компании попадали в состояние «босса». И тогда руководители компании научили сотрудников двум вещам, двум отступательным вопросам. Вы отступаете от клиента, уходите, но зацепляете его так, чтобы он куда не делся. Вы выстраиваете два вопроса в «мостовом движении». Вы говорите:

- Мы сейчас уйдем, извините, что мы Вас побеспокоили. Разрешите задать только два вопроса.

Человек:

- Ну, ладно, спрашивайте.

- Способны ли Ваши эксперты обеспечить Вам поддержку 24 часа в сутки в любой точке мира?

И даже если это так не происходило, то «Великий Дракон» всегда говорил:

- Да! Они способны на все, они самые лучшие.

- А платят ли Ваши адвокаты Вам деньги за то, что они обслуживают Вас?

Устанавливается гробовая тишина.

Руководитель фирмы:

- Я честный человек и выполняю свои обещания. Если когда-то Вам будет интересно, как адвокаты платят деньги фирме за то, что они ее обслуживают, я Вам расскажу в удобное для Вас время. А пока, вот моя визитка, до свидания.

Этот человек догонял руководителя фирмы своим звонком на улице и говорил:

- Когда мы с Вами можем встретиться?

То есть руководство фирмы увеличивало свой сбыт двумя отступательными вопросами. Это тот же «Ахиллесов коридор», безотказно сработавшая пара. Мы сделали шаг назад, второй шаг назад был цепляющий – втягивание в коридор. Просто винтом вкручивали в коридор этого человека.

Если же разговор шел нормально, то сотрудники фирмы задавали этому человеку в конце разговора вопрос:

- Похоже ли это на что-то, что было бы ему интересно, и исследовать ли это дальше?

То есть еще раз встретиться, обсудить это еще раз.

Он отвечал:

- Нет, меня это на сегодняшний день не интересует.

Тогда сотрудники фирмы задавали следующий вопрос:

- Было бы справедливо скрывать от деловых кругов эту информацию, которую мы обсуждали?

Человек обычно отвечал:

- Нет, это было бы несправедливо, потому, что люди должны знать об этом.

Тогда представитель сбыта задавал такой вопрос:

- А не могли бы Вы нам порекомендовать двух людей, которым, по Вашему мнению, эта информация была бы интересна?

И он отвечал:

- Да, конечно.

И начинал звонить:

- Вася, у меня здесь есть хорошие партнеры, они сейчас ко мне приехали. Я слышал, что у тебя есть один вопрос, который Вы могли бы встретиться и обсудить.

Компания получала из одного клиента сразу трех. Сразу же. Поэтому сбыт в Симферополе занимал первое место два года подряд в Украине. И сотрудники компании уходили. Что они добивались подобным «мостовым движением»? Компания одновременно тренировала потенциального сотрудника сбыта, своего будущего сотрудника, он это переживал рядом с ними все это время, и получала трех потенциальных клиентов.

Тот же принцип Винь Чунь: блок-удар, одновременно, работал и в этой ситуации. Используя рычаг окружения другого человека, учили его работать, как это делать, и одновременно получали трех клиентов.

Вот оно «мостовое движение, движение после «моста»: сотрудники фирмы наводили «мост», ехали к людям и получали трех клиентов. Закончив переговоры, они выходили и спрашивали у потенциального клиента:

- Способен ли он повторить все то, что сотрудники сделали сейчас?

Он говорил:

- Да.

- Тогда я к одному еду, Вы - ко второму, встречаемся после этого, - говорил сотрудник фирмы.

Встретившись со своим товарищем, потенциальный клиент спрашивал его:

- Есть ли у него в окружении толковые люди, которые могли бы быть полезными компании?

Товарищ отвечал:

- Да, я знаю пару ребят, которые серьезно в бизнесе проявились.

И в результате, к концу дня компания получала сразу 12 клиентов. А, применяя «Ахиллесов коридор», результаты могли бы быть выше.

Симферопольский сбыт и дальше продолжает работать по этой методике, ни на шаг, не отходя от нее, они только меняют фразы, но смысл каждого вопроса на «лестнице эскалации» клиента один и тот же. Сотрудники получили общее видение, как происходит работа с клиентом, меняя только последнюю фразу. Все было просто. Мало того, руководство компании ввело еще один стержень. Ведь человек, который занимается сбытом, в юриспруденции не разбирается. Поэтому было решено посадить одного юриста с безлимитным телефоном, который занимался консультированием по телефону. Когда потенциальный клиент говорил, что у него есть вопрос, срабатывал механизм дополнения для клиента. Работник сбыта выслушивал вопрос и говорил:

- Да, вопрос серьезный.

И предлагал клиенту позвонить своему боссу. У потенциального клиента в голове сразу же возникала мысль:

- О! Это не просто агент какой-то торговый, он может напрямую связаться со своим боссом, и босс его может лично проконсультировать меня.

Вслед за этим сотрудник звонил нашему дежурному юристу, и юрист бесплатно консультировал клиента по телефону. А дальше происходило то, что в свое время мы говорили о визитке, но до конца тогда не раскрыли этот вопрос, про визитку, приносящую доход. Сотрудник давал свою визитку, написав на ней, что потенциальный клиент может в течение месяца, бесплатно консультироваться по телефону у компании по своим вопросам. Что в действительности происходило? Компания «якорила» функцию и развивала в голове у потенциального клиента комплекс неполноценности. То есть ему сделали подарок стоимостью 500 гривен, и он, клиент, вынужден был на подсознательном уровне отплатить компании тем же. Может, сам он и не консультировался, но приводил своих друзей на бесплатную консультацию,

то есть выводил своего друга на контакт с компанией. Вот такая схема работает сегодня в Симферополе, работает абсолютно безотказно, как автомат Калашникова. Кто освоил эту схему со всеми этими штуками, не владея «мостами», «мостовым движением», «Ахиллесовым коридором», а владеют только мостовыми коридорами, решают задачи второй категории сложности до сегодняшнего дня на своем уровне успешно. Дела три – четыре в неделю стоимостью от 5 тысяч долларов у них есть. Симферопольский офис в год зарабатывает приличные

деньги. И их годовой оборот составляет до 1 млн. долларов. Что очень неплохо.

Вот как работает «мостовое движение», это то, что не знает никто. Не освещая еще множество отдельных деталей, можно сказать одно: на сегодняшний день это очень большой пласт знаний, которым не обладает ни один из наших сотрудников. И сколько руководство не пытается им объяснить, что пока они не начнут это делать толку никакого не будет, не обладая этими знаниями, они будут оставаться простыми торговыми агентами.

В консалтинге отношения с клиентами строятся на основе ситуации, которую Вы для клиента искусственно создаете сами. В торговле иначе, там Вы идете и диктуете, то есть Вы убеждаете клиента купить товар.

В консалтинге такого не бывает. Консалтинг создает искусственные ситуации. Ничто так не работает на потенциального клиента, как созданная Вами искусственная ситуация, когда клиент ведом Вами по этой ситуации. Все остальное – это абсурд, и не работает. То, что работает в торговле, не работает ни в консалтинге, ни в рекрутинге, ни в адвокатуре, ни в аудите. Если сотрудники фирмы будут работать, так как сейчас, то к концу года у Вас разовьется паранойя, Вы будете ненавидеть своих кандидатов, так как они Вам не дают денег, и Вы будет тупо ненавидеть их. Почему? Потому, что Вы не создаете искусственных ситуаций. Почему у руководителя компании все получается? Потому что он рассматривает каждого потенциального че-

ловека, входящего в компанию, в определенном негативном виде, и это помогает ему вести беседу в нужном стиле, подавляя волю сидящего напротив кандидата. Становится сразу видно, подходит этот человек для компании или нет. Для клиентов разрабатывается одна моторная репетиция, для потенциальных кандидатов в фирму другая моторная репетиция, для других – третья. Для всех уже заранее придуманы негативные образы. Представляете, как смотрят на руководителя фирмы потенциальные клиенты, находясь под полным воздействием говорящего? Никто с места не может сдвинуться. Разговор идет в полной тишине. На ментальном уровне человек не понимает, что происходит. Это ментальное присоединение находится на астральном уровне.

Если рассматривать полученный опыт в прошлой деятельности начальника спецотдела фирмы, можно констатировать, что прошлый опыт и знания, полученные ранее, играют в его работе большую и положительную роль. Используя знания о деятельности различных спецслужб, отличающихся друг от друга стилем работы, методикой и подготовкой людей, можно с большим успехом применять их в деятельности настоящей фирмы.

Распутывание

Руководитель спецотдела имеет в наличии один интересный диск с записями, который дает ему постоянно новые идеи. Это диск Рэнди Гейджа, и он называется – «Тайны бизнеса». Одиннадцать часов непрерывной записи. Рэнди Гейдж приезжал в Киев и выступал в течение 11 часов. Его пригласили все сетевые компании, чтобы он рассказал в своих лекциях, как создается бизнес. Он рассказывал, как создается установка в голове у мультимиллионера. Диск стал профилирующим. Р. Гейдж говорит, что неважно, во что Вы вложили свои деньги в сетевой маркетинг, в недвижимость, в мультимиллиардные проекты, в организацию банка. Все это неважно. Эти принципы, которые теперь понятны, полностью изложены в этих одиннадцати часах. Потому, что это не ракетные технологии, это бизнес. И вот когда Вы

закончите эту сессию, Вы будете знать все, что Вам необходимо, для того чтобы стать мультимиллионером.

И вот руководство компании пришло к выводу, что те сотрудники, которые работают в кадровой службе, стали реально героями в компании, ряда компаний в Севастополе. Они все делают сами, только еще сбытом юридических услуг не занимаются. Все остальное они делают сами. Они собирают фирму. Проводят совещания за руководителя. У руководителя-то система работает. Но она не работает у сотрудников. Далее руководитель спецотдела спрашивает:

- Что Вы хотите в жизни? Что Вы согласитесь принять? Может, Вы хотите кокосовые деньги (как говорит Рэнди Гейдж)? Когда я могу себе позволить уехать в Москву на неделю, и писать книгу там, а тут все работает, или Вам нужно каждый день ходить на работу?

Наш «первый» говорит такую фразу:

- Учение - свет, неучение - чуть свет и на работу.

Именно это он и имел в виду. Есть система, Вы на работу не ходите, нет системы - Вы чуть свет, идете на работу. В период своей последней командировки руководитель отдела понял, как **распутать** эту ситуацию. Тот клубок, который на сегодняшний день случился в компании.

Каждый из сотрудников компании на сегодняшний день не до конца понимает, как работает «обойма».

Каждый из сотрудников компании – супергерой. Мы должны Вас ставить каждый день на пьедестал, одевать на Вас «лосиный плащ». И Вы будете, как Batman, летать, и все будут смотреть на Вас, и знать – это наш герой. Парень, который получает по 500 звонков в день от всех подряд. Тот человек, который вынужден прервать свой ужин, для того чтобы ответить кому-то на телефонный звонок. Вот это шкура супергероя. Такой образ жизни руководство компании не понимает, хотя и не возражает против него.

Но, если Вы хотите уделять внимание себе, семье, кому-то еще, то Вам придется создать систему, которая бы работала за Вас. Поэтому при старте проектов в Николаевской области фир-

ма перестала искать потенциальных клиентов вообще. Сотрудники фирмы стали искать людей по работе с персоналом. Был перенаправлен вектор усилий, без изменений бюджета киевского – 200\$ за подобранного сотрудника. Фирма дала возможность людям в Николаеве и Севастополе зарабатывать 1000\$ в месяц, и к концу сентября такие люди уже появятся в компании. И мы в Интернете сделаем целую страницу, для того чтобы поставить их на пьедестал.

Как происходит подбор персонала везде? Очень просто. Существует 16 способов подбора персонала. И все это работает прекрасно. Но, есть одна проблема, все это не дублируется. Сколько людей приходит в компанию, столько же и уходит из нее. Когда-то Рэнди Гейдж говорил:

- Первый навык, который я хотел бы освоить это - давать смысл людям, и через определенный период времени я был настолько хорош, что давал им этот смысл от пяти до семи раз в неделю.

Однако, руководитель спецотдела компании заметил, что сколько людей приходило, 30 человек, в наш бизнес, столько же и уходило на следующий месяц. То есть все он делал – это работа, телевидение, прямые рассылки, система Интернет, все работало. Но это не дублировалось. Как только он заканчивал работу, все прекращалось в тот же момент. Поэтому пришла мысль, что это несправедливо, человек столько работал, а у него нет денег, так быть не должно.

Поэтому компания дала возможность построить пошаговую систему каждому из сотрудников в ходе „обоймы”. И затем применить эту пошаговую систему для построения своих собственных «обойм», когда сотрудники дойдут до директорской линии. Сотрудники пройдут три ступени, и кроме этого, в качестве дополнительного пассивного дохода им будет оставлен рекрутинг, на протяжении всего времени пребывания в компании.

Что является краеугольными камнями каждой *дублиционной системы*? Это:

1. Одинаковое обращение к потенциальному клиенту.

Что используется в качестве этой системы? Используются „мосты”. Это и есть одинаковое обращение к любому потенциальному клиенту, потенциальному сотруднику. Способны ли на сегодняшний день сотрудники компании научить „мостам” любого из них? Не факт. Надо самому учиться обучать других людей. Есть уверенность, что если пробовать постоянно „мосты” на всех, а материал на ком пробовать есть огромный, то, в конце концов, сотрудники компании освоят «мосты», и довольно просто.

2. Пошаговая система в трубе, на лестнице эскалации.

То есть Вы вгоняете клиента в трубу. Вы помните из нашего разговора, что являлось основным в режиме «мостового движения» без применения «Ахиллесова коридора» в Симферополе. Это абсолютно одинаковое обращение к потенциальному клиенту. У них абсолютно одинаковая труба, по которой симферопольцы проводят потенциального клиента. И они могут научить его всему, так как все одинаково. Они проходят по одинаковым точкам, столбам в «мостовом движении» человека, любого, будучи это рекрутинг, то есть они рекрутируют человека, и тут же с первого дня включают в работу. Потенциальный клиент переживает с руководителем сбыта рядом все эти шесть «мостов», и он ему переобъясняет, и отпускает, как и в случае с двумя людьми, с которыми работали ранее.

Компания одновременно и людей подбирает, и получает клиентов. Но руководство компании все же посчитало, что это несправедливо, как это так? А почему бы и нашему рекрутингу не иметь клиентов одновременно? И иметь за них деньги? То есть две головы, две части дублированной системы мы разобрали.

«Мосты» - это одинаковое обращение к потенциальному клиенту, и «мостовое движение», это «Ахиллесов коридор», кому он необходим – все это поступательная система, выработанная для любого потенциального клиента.

А сейчас мы посмотрим, как это работает для *рекрутинга*.

Первое, что необходимо сделать – это узко специализировать рекрутеров.

Нельзя заниматься всем сразу. Необходимо запретить Вашим рекрутерам, в режиме этой программы, заниматься всем. Один должен заниматься администрированием, второй – сбытом, третий – юристами, детективами, финансистами и только этим.

Вместе с тем, должен быть одинаковый подход к клиенту. Вы вызываете потенциального сотрудника к себе, проводите с ним двадцатиминутное собеседование по короткому кругу Рентгена. Даете ему четыре книжки о работе компании, и отправляете в поиск задачи первой категории сложности для сбыта, второй категории сложности – для администрирования, и третьей категории сложности – для юриста.

Вы с потенциальным клиентом договариваетесь сразу о месте и времени встречи на следующей неделе, о чем производите запись в своем ежедневнике.

Потенциальный клиент пишет в свой ежедневник данные о предстоящей встрече с Вами (день, время, место встречи).

Условия встречи Вы также записываете в свой мобильный телефон, который вовремя предупредит Вас о ней.

Когда потенциальный клиент приходит к Вам на встречу через неделю, не справившись с задачей, начинается труба эскалации. Вы ему снова даете новые книжки, например, о сравнительном анализе Intway, и далее по возрастающей от момента их выхода, например, «Как создается результат». И опять отправляете на неделю потенциального клиента и говорите ему, что его опыт обсудите через неделю.

Через неделю он приходит к Вам, и Вы даете ему последние книжки, и он снова уходит выполнять эту задачу.

Через 21 день возникает условный рефлекс в голове. Потенциальный клиент уже полностью готов для выполнения тестовой задачи, и возможно, к концу 21-го дня он с ней справится, с этой тестовой задачей. К 21-му дню компания собирает общий тренинг из этих людей с приглашением старших партнеров, которые уже чего-то добились. Для того чтобы эти люди увидели

своими глазами, что все, что им говорили – правда. Для того чтобы сработал фактор социального подтверждения. Кто-то из старших товарищей выступает перед этими людьми с секретами какого-то отдельного раздела, объясняя, в чем он заключается, и объясняет программу: «Карьера – за два года» подробно перед собравшимися потенциальными сотрудниками.

Следующие моменты дублиционной системы:

Структурированный календарь тренингов.

Раз в квартал компания будет проводить большое мероприятие, в одной из гостиниц Севастополя для всех «обойм» компании. На встрече будут доводиться новые веяния и новые технологии, разработанные Бизнес Советом.

Одинаковое представление бизнеса всеми сотрудниками компании.

Вы одинаково представляете программу «Карьера – за два года», «Обойма», «In Det», одинаково представляете работу детективного, финансового и других направлений.

Все сотрудники должны наизусть знать представление о бизнесе, одноминутную и пятидесятиминутную презентации, стандартизированную презентацию. Должны знать то, что связывает всех в компании – «Компас», который позволяет всем стать успешными. Это то, что позволяет всем зарабатывать деньги.

Работа в дальнейшем с потенциальным клиентом.

Вы должны помнить, что Вы не можете работать с потенциальным клиентом, как Вам этого хочется. Необходимо прекратить работать охотничьей собакой, работающей под выстрел, когда охотник не попал в цель.

Задавайте себе ежедневно вопрос, а не подменяете ли Вы одну цель другой?

Вам, что хочется психологически покопаться в человеке, или Вам его нужно подобрать?

Ну, вот Вы видите, что он не тянет, не подходит - дайте ему четыре книжки, справиться, и отлично! А не справится –

свободен, в трубу всех. Все и все делают абсолютно одинаково. И Ваши сотрудники, находящиеся на низших уровнях, под Вами, повторяют доподлинно то, что делаете Вы, притом, совершенно одинаковым способом. Точно также они готовят своих следующих сотрудников. Вот она обойма замкнулась. Потому, что прерогатива карьерного роста в Европейской адвокатуре заключается в следующем:

- наличие собственного успеха;
- подготовка людей;
- восхищение своим руководством.

Мы только что рассказывали, что восхищение своим руководством – это «мост мостов». Обратите внимание, сколько зайцев Вы убиваете такой системой: Вы перестаете работать через два месяца вообще, ищете только рекрутеров, не ищете больше юристов, никого вообще больше не ищете. Ваша тройка, которая сработала приносит в день лишних 200\$, если из 15, сработали только 5 – это уже 1000\$ принесло Вам дохода. После работы руководителя спецотдела фирмы в Николаеве и его выступления там, когда он сделал меньше чем за двое суток офис. Приказом по компании прошло, что тем, кто хочет зарабатывать дополнительные деньги, выделяется направление рекрутинга – подбирайте рекрутеров.

Сработала Ваша тройка, деньги Ваши. Вы взяли трех юристов, дали им первый пакет документов – отпустили решать задачу, Ваши люди взяли трех референтов, дали пакет документов – отпустили, и так далее. Первую тройку, которая сработает, компания выставляет в верхнюю линию. Сразу же (будь это мальчик или девочка) тактически выстраиваете ее (его) в одну из «обойм».

Через два месяца у Вас в обороте будет около 300-500 человек, есть из чего выбирать. К тому времени половина из них справится с тестовыми задачами. Вы подводите человека в компанию уже выполнившего тестовую задачу. И тут же исполнительское звено загружаете работой, потому что тестовая задача – это поиск клиентов либо в «In Det», либо в Европейскую адвокатуру, либо в правовую систему. Если это первая категория, он

уходит в «In Det», вторая – в «Европейскую адвокатуру», третья – в «Правовую систему», или к тому человеку, которого мы берем к себе на работу во второй состав «In Det».

Например, Вы приносите прибыль компании, зарабатываете себе деньги, и при этом, не работаете. Для того чтобы чем-то руководить, надо перестать работать. Однажды, когда руководитель спецотдела фирмы, будучи молодым офицером, был назначен в Севастополь начальником направления, он, естественно, начал с активной работы. Показатели поползли вверх. Его вызвали в Симферополь и сказали:

- Вам оценка за работу «два».

- Почему?

- Мы и так знаем, что Вы умеете, это делать, работаете ведь Вы, а направление смотрит, как Вы работаете. Вы что супергерой? Выйдите из-за руля, присядьте на заднее сидение, посадите водителя за руль. Прекратите сами исполнять работу. Мы и так знаем что Вы отличный специалист в своей области. Но Ваша задача состоит в том, чтобы они работали все десять человек, а Вы сидели бы в кабинете. Итак, мы снимем Вас с должности и поставим в обойму, а руководителем назначим того, кто сумеет организовать работу других.

Тяжело было первые 20 дней, а потом начальник направления втянулся. Работали все, кроме него, а результаты увеличились в десять раз, так как они использовали уже рычаг в десять человек.

Еще раз хотим напомнить – никто не подбирает в нашу компанию сотрудников иным способом, кроме, как описано выше.

Необходимо прекратить работать под выстрел, как охотничья собака. Место приложения Ваших знаний, Вашему психологическому консультированию это два «In Det». У них огромные психологические и моральные нагрузки, вот их и консультируйте, с ними и работайте. Вот с кем надо работать. Вот кого поддерживать надо, когда у них происходит нервный срыв, стресс. А не людей с улицы, которые здесь никому не нужны, кстати, так же как и в других компаниях.

Есть информация, что о нашей компании уже говорят, что к нам просто так не попасть. Многим, конечно, обидно, что не прошли по конкурсу в компанию, но что делать, мы выбираем лучших. Здесь работают компетентные люди. Здесь нужно выполнять квалификационные требования. Здесь спрашивают за работу.

Может человек и любит ту компанию, в которую его взяли сразу после двух фраз собеседования, где ему просто так платят деньги, за то, что он играет целыми днями в компьютерные игры, но он ее не уважает. Внутренне он ее не уважает. Человек себя спрашивает:

- Если бы директором был я, я позволил бы себе заниматься этим?

Почему руководство компании категорически против использования Интернета для подбора людей в компанию? Потому, что так мы подбираем потенциальных воров. Днем, человек который сидит с тобой, он пользуется своим работодателем, который платит деньги совершенно за другое, для того чтобы найти новую работу и «кинуть» его, оставив с пустой должностью. Можно ли такого негодяя брать на работу? Если человек так ведет себя на своей работе, то же самое он будет делать и у Вас в компании, он так привык. Зачем компании такой человек?

Как они такие люди реагируют на вопрос:

- С какого компьютера Вы отправляли свое резюме?

- С рабочего, конечно, - отвечает человек.

Руководитель отдела:

- Дайте, пожалуйста, оценку этому поступку.

- А что тут такого? – получаем ответ.

То есть он открытым текстом говорит, что он воровал, ворует, и будет воровать Ваши деньги, которые Вы здесь в компании зарабатываете.

Мы думаем, что никому не понравится, когда его деньги будут постоянно красть.

Поэтому, получив на свои вопросы такие ответы, руководство компании прекратило набирать людей по резюме из Интернета. А если и случается, что компании очень понравилось

резюме, то сотрудник компании всегда спрашивает кандидата на работу:

- А откуда Вы отправляли свое резюме?

Или, например, человек повел себя вот таким образом. Он использовал Интернет-компанию, но когда уходил, он заранее предупредил, что использовал Интернет-компанию, достал 100\$ из кармана и передал директору, и сказал:

- Извините, я использовал Интернет-компанию, для того чтобы найти себе более высокооплачиваемую работу. Я человек порядочный, я рассчитываюсь за деньги компании, которые на меня потратили.

Этим он купил всех. Директор остался его другом, а тот человек, который его взял на работу полностью был в нем уверен, и платит ему двойную ставку. У него действительно не было дома компьютера, и вот он, получив 500\$ зарплаты, пятую часть отдал фирме. Он поблагодарил всех, что из него сделали человека. И пригласил приходить к нему на новое место, с обещанием помочь в любом деле. Вот такая история.

Как тренируют спецназ?

Представьте себе спортзал, где нет ни ковриков, ни матов, ни спортивных снарядов. Есть только пустые стены, завешенные сеткой. Вот спецназ занимается. А сетка натянута для того, чтобы обучаемые не могли дотронуться до стены, и у них не было бы точки опоры. Через 30 минут спецназовцы уже не могут стоять на ногах от нагрузки. Им хочется взяться за что-то, но взяться не за что. За время своей учебы они учатся главному – твердо стоять на своих ногах. Они никогда не провалятся под тонкий лед, преодолевая препятствие, покрытое льдом. Они никогда в жизни не попадут, ни в какую яму, так как их ноги приобрели потрясающую чувствительность. А человеческий организм, в целом, приобрел истинную выносливость.

А что мы делаем? Почему офис в компании был предоставлен кадровому подразделению, а не юридическому? Вот именно за это. Они, юристы, не умеют стоять на ногах. Как только кому-то создаем офис, работники садятся и просто играют в компьютерные игры. Хотя все говорят:

- Мы так делать не будем, мы не такие. Хотя элементарные проверки показали, чем занимались наши юристы в рабочее время. Что, надо сказать, элементарно контролируется.

В заключении еще раз напомним моменты, о которых мы говорили выше.

Прекратите надевать на себя плащ супергероя.

Прекратите работать, под выстрел, как охотничья собака, когда охотник не попал в цель.

Задавайте себе постоянно вопрос, а не подменяете ли вы одну цель другой?

Спектр приложения психологического консультирования – два «In Det».

Все подбирают людей в эту компанию одинаково, сгоняя кандидатов в «мостовую трубу». Те, кто выходят из трубы, готовы к решению задач и остаются в компании. Остальных ставим в другие «обоймы», где они могут проявить себя лучше.

Заключение

В проекте находятся еще две книги, в которых будет рассматриваться более высокий уровень навыков. Мы познакомим читателя со следующим этапом более высоких знаний. Если этих знаний достаточно, чтобы просто стать деловым человеком и иметь успех, то новые знания позволят четко формировать события и готовить людей на роль руководителя в любой фирме и госструктуре. В новых книгах будут освещены навыки руководителя, труба эскалации, подробно описан сам эскалационный механизм, показан Закон ситуации и многое другое.

Более высокий уровень знаний, изложенных в будущих изданиях, позволит решить задачи не личностного уровня, а уровня управления ситуацией, управления людьми. Это будет уже руководящий уровень. А сама следующая книга будет называться «Побег из дурдома». В книге будет показано, каким способом надо готовить людей, управлять ситуацией, управлять клиентским потоком, подробно будет описана тема лидерства. Книга поможет любому человеку освоить этот набор навыков для решения стоящих перед ним задач.