

Стратегия "минирования будущего" (комментарии к Бренсону)

*Мысли и идеи Бренсона
стоит комментировать...
особенно если это делает
известный эксперт*



*Андрей
Калашников*

«Актуальные управленческие
решения»

Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



1. Не делай этого, если не получаешь удовольствия.



то стратегия «минирования будущего».

Большинство людей не могут позволить себе такой роскоши — общаться лишь с теми, с кем им хочется, заниматься только тем, что нравится.

К сожалению, не все можно делегировать, а многие необходимые действия не связаны с удовольствием, а

Для осуществления дела нужны ум, способности, трудолюбие, добросовестность, самокритичность и другие редкие человеческие качества, получение которых тоже неразрывно происходит посредством тяжелого труда..

2. Тебя должны видеть и знать.

С точки зрения продвижения своего бренда лучшего совета быть не может. Еще, конечно, хорошо бы, чтобы вас знали с той стороны, с которой это полезно для успешного существования вашего бизнеса и бренда.

НЕ ВСЕ МОЖНО ДЕЛЕГИРОВАТЬ

совсем наоборот — требуют тяжелого труда.

Что значит делать дело?

В деле нужен конечный результат, отчуждение его, беспощадная проверка по независимым от создателей принципам, внешняя оценка.

Ход дела — незаметная, обыденная, скучная работа. Труд...

3. Выбирай название с умом.

Название — часть позиционирования компании, часть бренда (подробнее в № 8). Необходимо найти уникальное название с положительными коннотациями, индивидуальностью. Название, создающее ожидания, понятное вашей целевой аудитории. Хороший метод — диверсионный анализ бренда в разрезе названия — скрытых от вас угроз как в самом назва-

Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для

нии, так и его написании различными шрифтами (Пример: новый логотип «Эконика», где буква «Э», под определенным углом зрения превращается в «Ж», а «Н» в «П»).

4. Невозможно управлять бизнесом, не принимая на себя риск.

Предпринимательство напрямую связано с такими особенностями человеческой деятельности, как инициатива, самостоятельность, предприимчивость, ответственность. Предпринимательство — это риск. Выбранное для предпринимательства дело может закончиться не только успехом, но и неудачей.

Поэтому успешность дела, а также шансы на его успех во многом зависят от того, насколько предприниматель готов держать удары судьбы, от его воли, ресурсов и, конечно, внешних обстоятельств (конкуренции и удачи).

6. Первое впечатление — это все. И второе тоже.

Люди очень быстро формируют мнение о тех, кого они в первый раз видят, в течение первых двух секунд общения... Однако, думаю, Ричард имеет в виду, что это мнение можно позже изменить... и в любую сторону.

6. Совершенство недостижимо.

...Но к нему надо стремиться, учитывая экономическую целесообразность и объективные возможности. Плюс целевое не всегда порождает только потребное, поэтому следует оценивать последствия любых изменений профессионально и осознанно.

7. Клиент всегда прав — в большинстве случаев.

В такой формулировке это расхожее высказывание мне нравится больше популярного оригинала.

Я думаю правильнее так: «Клиент всегда прав, если это твой клиент».

8. Определи суть своего бренда.

Суть бренда — это сообщение о продукте на языке фактов, из которого ясно его преимущество и польза для ЦА.

Бренд должен указывать на определенные атрибуты товара, например, его характеристики. Бренд должен вызывать ассоциацию с одним или несколькими ключевыми преимуществами, создавать необходимый визуальный образ, напоминать о ценностях компании, и, наконец, бренд должен ассоциироваться со своей ЦА.

Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



9. Исследуй неизведанные территории.

Постоянный поиск и реализация привлекательных для бизнеса возможностей не единственное условие выживания, но необходимая функция.

10. Избегай корпоративной среды, где есть «мы» и «они».

Существуют разные корпоративные культуры. Бездумно следовать таким инструкциям — это дорога к десоциализации личности. Нужно жить в реальности и принимать существующими в конкурентной среде возможности.

Интересно, как в его компаниях на деле обстоят дела в корпоративными культурами.

11. Сделай свою компанию зоной комфорта для людей.

«Зона комфорта» — психологическое состояние человека, которое характеризуется воспринимаемой им (а не реальной!) относительной предсказуемостью событий и ситуаций, привычностью (не удобством!) окружающей его среды и ощущением безопасности.

Будем считать, что автор имеет в виду действительно комфортную обстановку — психологический климат и условия работы.

Производственный процесс постоянно усложняется, и, соответственно, в стоимости конечного продукта растет доля интеллектуальных затрат, а простые операции, не требующие квалифицированного труда, автоматизируются.

ИЗВЕСТНО, ЧТО ДЕКЛАРИРОВАННЫЕ ЗАЯВЛЕНИЯ ЧАСТО РАСХОДЯТСЯ С РЕАЛЬНЫМИ ДЕЙСТВИЯМИ ИХ АВТОРОВ

Известно, что декларированные заявления часто расходятся с реальными действиями их авторов.

Человек — это главный субъект организации и особый объект управления.

Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Два тренда, способные совершить революцию в менеджменте, по мнению Джеффри Пфефферу, — «это принятие любых решений с опорой на научные факты и большая забота о психологическом комфорте людей».

И еще: «Одна из важнейших целей организации — обогащение нематериальных активов (человеческий потенциал компании и его производные) как условие роста активов материальных» (А.И. Пригожин).

Не каждый подходит. Не каждый может. Да и далеко не каждый хочет.

13. Всегда ищи альтернативное мнение. И еще одно.

Единственный способ вырваться из плена убеждений и предубеждений — обеспечить постоянное поступление задокументированных и продуманных разногласий и возражений.

ТОЛЬКО РАЗНОГЛАСИЯ И ВОЗРАЖЕНИЯ ПОЗВОЛЯЮТ ЛИЦУ, ПРИНИМАЮЩЕМУ РЕШЕНИЕ, ИМЕТЬ АЛЬТЕРНАТИВЫ

Однако главное, чтобы эта зона комфорта персонала не была вызвана «попустительским» стилем управления.

12. Не каждый подходит на пост главы компании.

Существует масса личностных и профессиональных качеств, а также внешних факторов для осуществления управленческой деятельности.

Только разногласия и возражения позволяют лицу, принимающему решение, иметь альтернативы.

14. Срезай углы, но не сжигай мосты.

Если автор имеет в виду «под срезанием углов» способность смягчать, обходить острые моменты, проявлять дипломатию, делать менее резкими критические суждения и снимать остроту разногласий, то тут присутствует здравый смысл. Практически

Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



Эксклюзивное интервью для



это главный закон социализации, ведь «жизнь — дорога длинная» (с точки зрения непредсказуемости путей).

15. Поднимай трубку телефона.

Наверное, имеется в виду «не упускай возможность». Необходимо иметь ряд личностных качеств, при-

вынуждена и обречена заниматься предпринимательством. К числу «вынужденных» наш герой, вероятно, не относится.

16. Перемен не надо бояться, но ими надо управлять.

Управлять — оказывать целевое

ЛИДЕРОВ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, ВЫБИРАЕТ ОКРУЖЕНИЕ И СИТУАЦИЯ

сущих активному человеку-предпринимателю (черты инновационной личности и личности предпринимателя — открытость и готовность изменениям и экспериментам, ориентация на настоящее и будущее, инициатива, самостоятельность, ответственность и т.п.), принадлежать категории Why not? («Почему нет?») и иметь некоторые, как минимум базовые социальные привилегии, чтобы эти возможности не только не упускались, но и появлялись.

Здесь хочется отметить такое явление, как «вынужденное предпринимательство» — масса населения большинства стран, в том числе и Запада,

воздействие. Слишком самоуверенно заявлять, что на все перемены необходимо воздействовать. Однако можно постараться адаптироваться.

17. Когда возникают ошибки, адаптируйся, а не поддавайся им.

Одним из многих важных навыков является умение управлять последствиями принятых решений. То есть заранее предсказывать все нецелесообразные результаты и иметь план действий.

18. Будь лидером, а не начальником

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

Эксклюзивное интервью для

На определенном этапе существования (роста и развития) организация начинает больше (или не менее) нуждаться именно в начальнике-администраторе, выполняющем рутинные операции, не вдохновляющим, а, наоборот, отсекающим все недееспособное. Значимость лидерства сильно преувеличена. Плюс природа лидерства ситуативна.

Лидеров в первую очередь выбирает окружение и ситуация. Существуют определенные личностные качества (а также обязательно отсутствие многих факторов, эффектов и т.п.), которые отличают лидеров, но на передний план в лидеры выводит ситуация, окружение и конкурентоспособность личности. На моем портале собрано много полезных статей о лидерстве без лжи и обмана.

P.S.

Р. Брэнсон усвоил уроки PR на отлично, ведь еще в 1928 году Э. Бернейс в своей книге «Пропаганда» писал: «Еще одним инструментом пропаганды является личность. [...] Изображение достоинств личности в преувеличенном виде всегда будет одной из задач консультанта по связям с общественностью. Массы инстинктивно требуют человека, который стал бы символом крупной корпорации или предприятия».

Р. Брэнсон — отличная реклама самообразования, которое в наше время не только становится легко доступным, но и необходимым любому профессионалу, как никогда ранее.

***Андрей Калашников,
Эксперт по проблемам организаций
«Актуальные управленческие решения»**

Журнал



2018 г.

