

УДК 331.103.244  
ББК (У)65.290-2  
ПЗ5

### **Питерс Т.**

ПЗ5 Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью / Том Питерс ; пер. с англ. Сергея Филина. — 2-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с.

ISBN 978-5-91657-555-2

Сегодня недостаточно просто делать хорошо свое дело. Важно умело рассказать об этом потенциальным клиентам.

Том Питерс — мастер. Его имя — глобальный бренд в менеджменте. За созданием бренда стоит технология. В этой книге предложены 50 советов о том, как превратить ваше имя в бренд. Прочтите ее, используйте подходящие советы и вы сможете привлечь правильных клиентов, подняв при этом ваши ставки.

УДК 331.103.244  
ББК (У)65.290-2

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

**VEGAS LEX**

© Excel/A California Partnership, 1999  
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012

ISBN 978-5-91657-555-2

# Оглавление

Список-50: кредо.....	15
0. Никакая глава (читать обязательно, она короткая!).....	17
Введение .....	19
1. Зависит от тебя... и только от тебя .....	27
1а. Когда в последний раз вы спрашивали себя: «Кем я хочу быть?» .....	32
2. Деваться некуда! Вот она наконец наступила — Революция«белых воротничков»! .....	36
3. Мой ответ (лучший... нет, единственный (???) из возможных) на Революцию «белых воротничков»: стать Я-брендом .....	40
3а. Ни фиги себе, да?! Хвала Я-бренду. А если бы у каждого была «рыночная капитализация»? .....	46
4. Начните прямо сейчас: используйте какие-то из этих четырех — очень практических! — средств оценки Я-бренда ....	49
4а. Нам нужен «скриншот» себя .....	55
5. Забудьте слово «работа». Забудьте слово «задача» .....	59
5а. Всем сердцем посвятите свою жизнь проектам .....	62
6. Упакуйте себя. Аксиома: вы (и я!) — это упаковка! .....	64
7. Я-компания .....	67
8. Я-бренд / Я-компания: к вопросу о вашей стоимости .....	70
9. Я-бренд / Я-компания требуют обширного набора характеристик и навыков .....	72

9а. Готовьте много места для шляп! У настоящего Я-бренда их должно быть много .....	75
10. Готовы сыграть в великую игру — в бизнес? .....	79
11. Четко скажите миру о том, кто вы .....	83
12. Подумайте о названии своей должности! .....	86
13. Вы — то, что вы делаете .....	89
14. Сообщение для будущих Я-брендов: реализуйте свои идеи так, как это принято делать в реальном мире .....	92
15. Превратите паршивые «мелкие дела» в «жемчужины». Вступайте в ряды Добровольцев мелких дел (ДМД) .....	95
15а. Работайте с тем, что у вас есть! (Черт побори!) И сделайте его особенным. (Черт побори!) .....	98
16. Мастер бутстрэппинга .....	102
17. Суть Я-бренда: портфель блестящих ВАУ-проектов .....	104
17а. Вы сами наделяете свои проекты ВАУ-потенциалом .....	107
18. Фокус .....	110
19. Вы — это ваши клиенты, часть I. Думайте о клиентах .....	114
20. Вы — это ваши клиенты, часть II. Будьте одержимыми клиентами .....	117
21. Компетентность. Вы (и я!) должны быть хорошим специалистом в чем-либо .....	120
22. Вы — это ваша адресная книга, часть I. Извлекайте чертовски большую пользу из своего круга знакомств / сети контактов! .....	123
22а. Лояльность. Новая лояльность. Лояльность не логотипу, а адресной книге. Лояльность сети контактов. Лояльность кругу знакомств. Лояльность семье и родственникам .....	127
23. Вы — это ваша адресная книга, часть II. Широта ваших взглядов, мудрость и готовность к неожиданностям определяется вашей коллекцией чудаков! .....	129

24. Дизайн имеет значение! Хорошая мысль: вы (как Я-бренд) — дизайнер. И точка .....	132
25. Станьте мастером «расширения линейки» .....	135
26. Вы — это ваши «великие идеи» .....	138
27. Управление Я-компанией в бурных водах изменений требует дерзости. Каждый день .....	140
28. Артисты, на выход! .....	142
29. На-чаль-ни-ки: Я-бренды должны быть вам по вкусу! .....	146
30. Индивидуальность! .....	148
31. Помните: бренд — это «знак доверия» .....	151
32. Постоянно помните о своих визитках! Все начинается с начала .....	154
33. Создайте сайт, который вызывает ВАУ-чувство! И точка .....	157
34. Вступите в сообщество ораторов. Вы сами себе PR-агентство .....	161
35. Не хотите ли поучиться оптимизму? Пессимисты редко становятся успешными Я-брендами — может, и никогда .....	167
36. Обновляйтесь! Обновляйтесь! Обновляйтесь! .....	170
37. Вкладывайте в себя. Необходимо иметь формальный план инвестиций в обновление (ПИВО)! .....	174
38. Возбуждайте аппетит. Еще и еще. И еще .....	177
38a. Любовь к плато .....	186
39. Я-компания нужен сильный совет директоров .....	188
40. Я-бренду / Я-компании нужен прямой контакт с исполнителями .....	191
41. Постоянно ищите таланты. Даже если вы в самом низу иерархии .....	194
42. Сделайте нашу/мою/свою организацию — Я-компанию, Я-бренд — особенной с самого начала! .....	197
43. Я-бренды лидируют! На всех этапах! .....	199
44. Станьте «помешанным на власти» .....	203

45. Формальный план маркетинга: продвижение при помощи «сарафанного радио» .....	206
45a. Пожа-а-алуйста, спросите себя: а у меня правда есть «продукт»? .....	208
46. Глобальные возможности одного человека — не оксюморон в новом тысячелетии .....	211
47. Продавайте! .....	213
48. А вы владеете методами завершения переговоров? Я-брендам приходится «напрашиваться» на бизнес .....	215
49. Я-бренды не отличаются лояльностью! (К конкретному корпоративному логотипу) .....	217
50. Добро пожаловать в страну свободных агентов .....	219
Рекомендуемая литература .....	222
Благодарности .....	225
Об авторе .....	227