

НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ



НЛП ДЛЯ СТАРТАПЕРОВ
И ОСНОВАТЕЛЕЙ БИЗНЕСА

Виталий Гурьев

Виталий Гурьев

**НЛП для стартаперов
и основателей бизнеса**

«Автор»

2026

Гурьев В.

НЛП для стартаперов и основателей бизнеса / В. Гурьев —
«Автор», 2026

Эта книга — практическое руководство по нейролингвистическому программированию для тех, кто строит бизнес в условиях российского рынка. Вы узнаете, как преодолеть синдром самозванца и смоделировать состояние абсолютной уверенности перед питчем. Научитесь распознавать репрезентативные системы инвесторов и говорить на языке их восприятия. Освойте техники создания харизматичного лидерства, формирования сильной команды и принятия решений в условиях высокой неопределённости. Двадцать глав с практическими упражнениями проведут вас от первого питча до масштабирования компании. Книга для основателей стартапов, предпринимателей и руководителей, которые хотят превратить коммуникацию в главный конкурентный инструмент своего бизнеса.

© Гурьев В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава 1. НЛП как операционная система основателя: почему психика	5
— главный актив стартапа	
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Виталий Гурьев

НЛП для стартаперов и основателей бизнеса

Глава 1. НЛП как операционная система основателя: почему психика — главный актив стартапа

Представьте себе основателя технологической компании, который провёл восемнадцать месяцев в разработке продукта, собрал команду из шести инженеров, потратил собственные сбережения и два раунда поддержки от семьи, чтобы выйти на рынок с решением, объективно превосходящим конкурентов по трём ключевым параметрам. Этот человек заходит в переговорную комнату венчурного фонда, открывает презентацию и в течение первых девяноста секунд теряет внимание партнёра, потому что говорит на языке технических спецификаций с человеком, который мыслит категориями рыночных историй и эмоциональных образов. Продукт остаётся блестящим. Инвестиция не происходит. Подобный сценарий повторяется тысячи раз в год по всей стране, и причина провала лежит не в плоскости инженерии, финансов или стратегии, а в плоскости того, как устроена коммуникация между двумя конкретными людьми в конкретной комнате.

Нейролингвистическое программирование в контексте предпринимательства представляет собой не набор трюков для «впаривания» и не коллекцию секретных приёмов, позволяющих заставить собеседника сказать «да» вопреки его интересам. НЛП в том виде, в котором эта книга предлагает его использовать, является операционной системой мышления и коммуникации основателя — структурированным подходом к пониманию того, как люди воспринимают информацию, формируют решения и реагируют на воздействие извне. Это прикладная дисциплина, изучающая связь между неврологическими процессами, языковыми паттернами и поведенческими программами, которые определяют качество каждого взаимодействия в бизнесе. Когда основатель понимает, каким образом его собственная психика фильтрует реальность и каким образом психика инвестора, сотрудника или клиента конструирует свою версию происходящего, он получает доступ к рычагам управления, которые не видны при поверхностном взгляде на переговоры.

Отличие НЛП от манипулятивных техник продаж принципиально и проходит по линии намерения и экологии последствий. Манипуляция стремится получить одностороннюю выгоду, игнорируя или подавляя интересы собеседника, и строится на эксплуатации уязвимостей — страха, дефицита времени, социального давления. НЛП-подход, который мы будем осваивать на страницах этой книги, направлен на создание ситуации, в которой коммуникация становится более точной, более глубокой и более продуктивной для обеих сторон. Основатель, использующий инструменты нейролингвистического программирования, не заставляет инвестора принять решение, а создаёт условия, при которых инвестор способен принять решение на основе полного понимания предложения. Разница тонкая, но фундаментальная: в первом случае вы получаете сделку и теряете репутацию, во втором — вы получаете партнёра, который через год подтвердит правильность своего выбора.

Для понимания всей дальнейшей архитектуры книги необходимо зафиксировать три столпа, на которых стоит нейролингвистическое программирование как дисциплина.

Первый столп формулируется фразой «карта не есть территория» и означает, что каждый человек оперирует не реальностью как таковой, а своей внутренней моделью реальности, построенной на основе ограниченного сенсорного опыта, культурных фильтров, личного

языка и прошлых переживаний. Инвестор, слушающий ваш питч, не воспринимает объективные факты о вашем рынке — он воспринимает свою интерпретацию этих фактов, пропущенную через двадцать лет профессионального опыта, через личные убытки и прибыли, через настроения партнёров по фонду и через то, что он ел на обед. Основатель, который внутренне принял этот принцип, перестаёт удивляться и раздражаться, когда его «очевидно гениальную» идею не понимают с первого раза, и начинает работать с картой собеседника, а не требовать, чтобы собеседник принял его карту за единственно верную.

Второй столп гласит, что смысл коммуникации определяется реакцией, которую она вызывает, а не намерением, которое в неё вкладывал отправитель. Если вы произнесли фразу, которую считали мотивирующей, а сотрудник после неё демотивировался и ушёл в тихое сопротивление, смысл вашей коммуникации равен демотивации, какими бы благими ни были ваши внутренние побуждения. Этот принцип освобождает основателя от позиции жертвы непонимания и переводит в позицию исследователя: если реакция не та, которую вы ожидали, значит, необходимо менять форму подачи, а не обвинять собеседника в недостаточной восприимчивости. В контексте питчей и переговоров это означает, что единственным критерием успеха вашей презентации является не то, насколько полно вы изложили информацию, а то, какое решение принял инвестор после вашего выступления.

Третий столп утверждает, что у любого поведения есть позитивное намерение, даже если само поведение деструктивно, агрессивно или контрпродуктивно. Сооснователь, который саботирует стратегические сессии, возможно, защищает команду от рискованных решений, которые однажды привели к потере предыдущего бизнеса. Инвестор, задающий бесконечные уточняющие вопросы и не переходящий к решению, возможно, защищает свой фонд от повторения ошибки, за которую его когда-то публично раскритиковали партнёры. Понимание позитивного намерения не означает одобрения поведения, но даёт ключ к его изменению: вместо борьбы с формой вы предлагаете альтернативный способ удовлетворить ту же потребность. Этот принцип станет одним из наиболее часто используемых инструментов при работе с конфликтами в команде и при обработке возражений инвесторов.

Теперь обратимся к вопросу, который болезненно актуален для российского предпринимательского сообщества: почему отечественные стартаперы системно проигрывают на этапе коммуникации, а не на этапе продукта. Российская инженерная и научная школа по-прежнему генерирует решения мирового уровня в области искусственного интеллекта, биотехнологий, промышленных технологий и кибербезопасности. Продуктовая экспертиза основателей зачастую превосходит среднеевропейскую и не уступает американской в узких сегментах. Однако культура коммуникации, в которой выросли большинство российских предпринимателей, содержит несколько системных ограничений, напрямую влияющих на способность привлекать инвестиции, строить команды и масштабировать бизнес.

Первое ограничение связано с установкой «хороший продукт говорит сам за себя», которая глубоко укоренена в инженерной и академической традиции. Основатель, выросший в этой парадигме, воспринимает необходимость «продавать» свою идею как нечто унижительное, вторичное по отношению к реальному делу. В результате питч превращается в технический доклад, в котором перечисляются характеристики, параметры и отличия от конкурентов, но отсутствует история, эмоция и видение будущего. Инвестор, принимающий решения в условиях перегруженного потока заявок, физически не способен оценить глубину технического преимущества за двадцать минут встречи и опирается на нарратив, на энергию основателя и на ощущение неизбежности успеха, которое транслируется через коммуникацию.

Второе ограничение касается отношения к неопределённости и праву на ошибку. Российская деловая культура в значительной степени ориентирована на демонстрацию компетентности через отсутствие сомнений, что приводит к двум крайностям: либо основатель транслирует избыточную уверенность, граничащую с отрицанием рисков, либо, напротив, впадает в изви-

няющуюся позицию и начинает питч с оговорок и смягчений. Оба паттерна разрушают доверие инвестора, потому что первый воспринимается как незрелость, а второй — как отсутствие убеждённости в собственном проекте. НЛП предлагает третий путь: конгруэнтную уверенность, основанную не на отрицании рисков, а на продемонстрированной способности с ними работать.

Третье ограничение лежит в области обратной связи и итеративности. Культура, в которой ошибка воспринимается как приговор, а не как данные для коррекции, формирует у основателя страх публичного отказа. Этот страх накапливается с каждым неудачным питчем и превращается в избегающее поведение: предприниматель перестаёт выходить на новые фонды, откладывает разговоры с потенциальными клиентами, избегает сложных разговоров с командой. Нейролингвистическое программирование даёт конкретные инструменты для работы с этим страхом на уровне его неврологической структуры, а не на уровне абстрактных призывов «просто будь увереннее».

Моделирование успеха представляет собой, пожалуй, наиболее мощный и одновременно наиболее неправильно понимаемый инструмент НЛП в контексте предпринимательства. Идея моделирования проста: если кто-то стабильно достигает результата, который вам нужен, значит, существует воспроизводимая последовательность мыслительных операций, физиологических состояний и коммуникативных паттернов, которая к этому результату приводит. Задача моделирования состоит в том, чтобы выявить эту последовательность и адаптировать её под собственную личность, а не копировать внешние проявления чужого успеха. Когда начинающий фаундер пытается «быть как Стив Джобс», он копирует чёрную водолазку, паузы в презентациях и агрессивный стиль обратной связи, не понимая, что за этими внешними атрибутами стоит совершенно конкретная когнитивная стратегия работы с вниманием аудитории, специфический способ структурирования информации и уникальная система ценностей, которая делала поведение Джобса конгруэнтным.

Правильное моделирование начинается с вопроса «как именно этот человек думает в момент принятия решения», а не «что именно этот человек делает и говорит». Основатель, изучающий стратегии выдающихся предпринимателей, должен обращать внимание на то, как они формулируют вопросы к себе в момент неопределённости, как переключаются между детальным и стратегическим мышлением, как восстанавливают ресурс после серии отказов, как структурируют внутреннюю речь перед критическим разговором. Внешние проявления — жесты, слова, стиль одежды — являются следствием внутренних процессов, и попытка воспроизвести следствия без понимания причин приводит к карикатуре, которую считает любой опытный собеседник.

В контексте российского рынка моделирование приобретает дополнительную специфику, потому что публичных историй успеха, доступных для детального изучения, значительно меньше, чем в американской экосистеме. Основателю приходится собирать стратегию по фрагментам: из интервью, из личного общения на конференциях, из наблюдения за стилем ведения переговоров, из анализа публичных писем и выступлений. Этот процесс требует развитой калибровки — навыка замечать микропаттерны поведения и связывать их с результатами, который мы будем тренировать на протяжении всей книги.

Пресуппозиции НЛП — это набор базовых допущений о природе человека, коммуникации и изменений, которые принимаются как рабочая рамка без требования их абсолютной истинности. В классическом виде эти пресуппозиции формулируются достаточно абстрактно, однако для предпринимателя, работающего в условиях ограниченного времени и высокой ставки, их необходимо перевести на язык конкретных бизнес-ситуаций. Переформулированные под венчурный бизнес и командное строительство, они звучат следующим образом.

Не существует провалившихся питчей, существует обратная связь о том, какая форма подачи не сработала с конкретным инвестором в конкретных условиях. Эта пресуппозиция

снимает эмоциональный заряд с отказа и превращает его в данные для следующей итерации. Основатель, внутренне принявший эту рамку, после неудачной встречи не погружается в самокритику, а фиксирует: на какой минуте внимание собеседника упало, какой вопрос вызвал раздражение, какой аргумент остался без реакции, и что из этого можно изменить в следующей презентации.

Каждый член команды действует наилучшим образом из доступных ему в данный момент вариантов, учитывая его карту мира, его ресурсное состояние и его понимание задачи. Эта presupпозиция заменяет реактивное раздражение на поведение сотрудника исследовательским вопросом: что в его модели ситуации делает это поведение логичным, и как изменить контекст или информацию, чтобы логичным стало нужное мне поведение. Руководитель, оперирующий этой рамкой, тратит энергию не на борьбу с людьми, а на проектирование условий, в которых нужное поведение становится естественным выбором.

Гибкость коммуникативного репертуара определяет степень влияния в системе. Тот участник переговоров, у которого больше вариантов поведения, контролирует динамику взаимодействия. Для основателя это означает, что способность переключаться между стилями общения, адаптировать язык под собеседника, менять формат подачи информации и варьировать степень директивности является не мягким навыком, а жёстким конкурентным преимуществом, напрямую конвертируемым в привлечённые инвестиции, удержанных сотрудников и закрытые сделки.

Различие между реактивным и проактивным состоянием основателя при взаимодействии с рынком заслуживает отдельного разбора, потому что именно это различие определяет, является ли предприниматель субъектом своей бизнес-реальности или объектом внешних обстоятельств. Реактивное состояние характеризуется тем, что поведение основателя определяется внешними стимулами: инвестор задал неудобный вопрос — и фаундер оправдывается; конкурент выпустил аналогичный продукт — и фаундер в панике пересобирает стратегию; ключевой сотрудник написал заявление — и фаундер соглашается на любые условия, лишь бы удержать. В реактивном состоянии внимание направлено наружу, решения принимаются из страха и дефицита, а коммуникация приобретает оборонительный характер.

Проактивное состояние не означает игнорирование внешних сигналов или демонстративное спокойствие в ситуации реальной угрозы. Проактивность означает, что между стимулом и реакцией существует пространство выбора, и основатель использует это пространство для принятия решения из позиции целей и ценностей, а не из позиции немедленного эмоционального отклика. В проактивном состоянии фаундер, получив неудобный вопрос инвестора, делает паузу, распознаёт свою первую импульсивную реакцию, оценивает, какой ответ продвигает его к цели раунда, и только затем формулирует ответ. Разница между двумя состояниями составляет две-три секунды, но последствия этой разницы измеряются миллионами привлечённых или потерянных инвестиций.

Практический переход от реактивности к проактивности начинается с развития навыка внутренней диссоциации — способности наблюдать за собственными реакциями со стороны, не сливаясь с ними. Этот навык не является врождённым и тренируется конкретными техниками, которые будут подробно разобраны в главах о работе с конфликтами и управлении стрессом. Здесь важно зафиксировать сам принцип: реактивность не является чертой характера, а представляет собой автоматическую программу, которую можно переписать, если понять её структуру и предложить нервной системе альтернативный маршрут.

Понятие состояние-зависимого поведения объясняет, почему один и тот же основатель способен провести блестящий питч в понедельник утром и провалить аналогичную встречу в четверг вечером, почему решения, принятые после бессонной ночи, системно отличаются от решений, принятых после полноценного отдыха, почему разговор с инвестором, назначенный сразу после конфликта с сооснователем, с высокой вероятностью пойдёт по негативному сце-

нарию. Состояние-зависимое поведение означает, что качество любого когнитивного и коммуникативного акта определяется не только навыком и знаниями исполнителя, но и его текущим нейрофизиологическим состоянием: уровнем кортизола и дофамина, качеством сна в предыдущую ночь, эмоциональным зарядом от предшествующих событий, физическим тонусом и даже временем суток.

В первые два года жизни компании влияние состояния на качество решений достигает максимума, потому что именно в этот период основатель принимает наибольшее количество необратимых решений в единицу времени: выбор бизнес-модели, формирование ядра команды, определение ценообразования, выбор первых крупных клиентов, переговоры о первом инвестиционном раунде. Каждое из этих решений принимается в условиях дефицита информации, ограниченного времени и высокого эмоционального давления, и каждое из них формируется в конкретном состоянии сознания. Основатель, который не управляет своим состоянием, фактически передаёт управление стратегическими решениями случайным факторам: тому, как прошла утренняя встреча, тому, что написал в мессенджере партнёр, тому, выпался ли он или провёл ночь за отладкой кода.

Осознанное управление состоянием не означает подавление эмоций или создание искусственного позитива. Оно означает, что перед критическим разговором, перед питчем, перед принятием стратегического решения основатель выделяет время на переход в ресурсное состояние, используя конкретные техники: дыхательные практики, якорение, физическую активацию, визуализацию желаемого исхода. Эти техники занимают от пяти до двадцати минут и не требуют специальных условий, однако их систематическое применение создаёт кумулятивный эффект, сравнимый с преимуществом спортсмена, который разминается перед каждой тренировкой, над тем, кто выходит на поле без подготовки.

Экология применения НЛП в бизнес-среде заслуживает пристального внимания уже в первой главе, потому что без чёткого понимания границ допустимого любые техники влияния превращаются в инструмент, способный разрушить отношения, репутацию и в конечном счёте сам бизнес. Экология в контексте нейролингвистического программирования означает проверку каждого воздействия на системные последствия: как то, что я делаю для достижения краткосрочной цели, отразится на долгосрочных отношениях с этим человеком, на атмосфере в команде, на моей собственной целостности и на репутации компании.

Границы допустимого влияния на партнёров определяются принципом информированного согласия и взаимной выгоды. Использовать знание о метапрограммах собеседника для того, чтобы сформулировать предложение в наиболее понятной и убедительной для него форме, — экологично. Использовать это знание для того, чтобы обойти рациональную оценку и создать искусственное ощущение срочности или дефицита, манипулируя страхами партнёра, — неэкологично. Первый подход увеличивает вероятность того, что партнёр примет решение, о котором не пожалеет. Второй подход увеличивает вероятность сделки, за которой последует разочарование, конфликт и разрыв отношений.

Границы влияния на сотрудников определяются принципом уважения к автономии личности. Основатель имеет право формировать культуру компании, задавать стандарты коммуникации, мотивировать и вдохновлять. Основатель не имеет права использовать НЛП-техники для изменения глубинных убеждений сотрудника, для подавления его критического мышления или для создания зависимости от одобрения руководителя. Команда, построенная на манипулятивном влиянии, может демонстрировать высокую продуктивность в краткосрочной перспективе, но неизбежно разрушается при первом серьёзном кризисе, потому что в её фундаменте лежит не подлинная вовлечённость, а выученная покорность.

Границы влияния на инвесторов определяются принципом честности в отношении фактов и метрик. Убедительная подача, адаптация языка под репрезентативную систему собеседника, управление вниманием через структуру питча — всё это находится в рамках этичного

влияния. Преувеличение показателей, создание ложного ощущения конкуренции за раунд, намеренное введение в заблуждение относительно стадии продукта или объёма выручки — это не НЛП, а мошенничество, которое рано или поздно разрушает не только конкретную сделку, но и репутацию основателя во всей экосистеме.

Теперь несколько слов о том, как устроена эта книга и каким образом извлекать из неё максимальную практическую пользу. Двадцать глав выстроены в последовательности, отражающей логику накопления навыков: от базовых принципов восприятия и коммуникации к сложным интегративным стратегиям лидерства и масштабирования. Первые пять глав формируют фундамент: понимание репрезентативных систем, работа с синдромом самозванца, структура питча и навыки раппорта. Без этого фундамента попытки применять более сложные техники из последующих глав будут напоминать строительство верхних этажей без закладки основания.

Главы с шестой по десятую расширяют инструментарий в сторону работы с другими людьми: метапрограммы, якорение, формирование команды, управление конфликтами и принятие решений. Главы с одиннадцатой по пятнадцатую фокусируются на лидерском измерении: харизма, переговоры, работа с возражениями, стратегическое мышление и управление собственным ресурсом. Последние пять глав посвящены масштабированию: делегирование, этика влияния, интеграция всех инструментов в единую систему и построение долгосрочной стратегии развития.

Принцип накопления навыков означает, что каждая последующая глава опирается на компетенции, сформированные в предыдущих. Практические упражнения в конце каждой главы не являются факультативным дополнением — они представляют собой обязательный элемент освоения материала, без которого чтение остаётся пассивным потреблением информации, не ведущим к реальному изменению поведения. Рекомендуется выделять на выполнение упражнений каждой главы не менее трёх-четырёх часов в течение недели после прочтения, а к следующему разделу переходить только после того, как навыки предыдущего стали хотя бы минимально автоматическими.

Книга написана для последовательного чтения, однако допускает выборочное обращение к конкретным главам в зависимости от текущей задачи. Если завтра у вас питч перед инвестиционным комитетом, логично начать с четвёртой и тринадцатой глав. Если в команде назревает конфликт сооснователей, девятая глава даст конкретный протокол действий. Если вы чувствуете приближение выгорания, пятнадцатая глава предложит технику немедленной помощи. Тем не менее даже при выборочном чтении рекомендуется вернуться к первой и второй главам, потому что содержащиеся в них принципы являются рамкой, внутри которой все остальные техники обретают смысл и направленность.

Переходим к практической части первой главы. Диагностика текущего уровня коммуникативной гибкости основателя необходима для того, чтобы понять, с какой точки вы начинаете, какие каналы восприятия у вас развиты, какие метапрограммы доминируют в вашем мышлении и где находятся зоны наибольшего сопротивления. Эта диагностика не является тестом с правильными и неправильными ответами — она представляет собой инструмент самонаблюдения, результаты которого вы будете использовать как точку отсчёта для отслеживания прогресса на протяжении всей работы с книгой.

Первое упражнение диагностики посвящено определению вашей ведущей репрезентативной системы. В течение трёх рабочих дней записывайте в блокнот или заметки телефона предикаты — глаголы, прилагательные и наречия, которые вы используете в речи чаще всего. Обращайте внимание на формулировки: «я вижу эту проблему», «это звучит правильно», «я чувствую, что мы идём не туда», «логика подсказывает». Визуалы будут тяготеть к образам и пространственным метафорам, аудиалы — к звуковым и ритмическим, кинестетики — к ощущениям и движениям, дигиталы — к логическим конструкциям и причинно-следственным связям. Запишите десять наиболее часто встречающихся предикатов и определите, какой канал

доминирует. Затем проделайте то же самое с пятью людьми из вашего ближайшего окружения: сооснователем, ключевым сотрудником, партнёром, инвестором или ментором, членом семьи. Сравните результаты и обратите внимание на то, в каких парах ваши каналы совпадают, а в каких расходятся. Расхождение каналов объясняет значительную часть повседневных недопониманий и является первой точкой приложения техники подстройки, которую мы подробно разберём во второй главе.

Второе упражнение направлено на выявление вашего текущего соотношения реактивности и проактивности. В течение пяти рабочих дней каждый вечер выделяйте десять минут на ретроспективу дня и отвечайте на три вопроса. Первый вопрос: сколько раз сегодня я отреагировал на внешний стимул автоматически, не взяв паузу для осознанного выбора? Второй вопрос: в каких ситуациях я действовал из позиции целей и ценностей, а не из позиции немедленного эмоционального отклика? Третий вопрос: какое одно решение, принятое сегодня реактивно, я принял бы иначе, если бы взял паузу в тридцать секунд? Записывайте ответы без самокритики и оценок, просто фиксируя паттерн. Через пять дней перечитайте записи и определите, какой процент ваших решений и реакций приходится на автоматический режим. Для большинства основателей без специальной подготовки этот показатель составляет семьдесят-восемьдесят процентов, и сама по себе эта цифра не является проблемой — она является исходной точкой, от которой начинается осознанная работа.

Третье упражнение диагностики касается оценки вашей способности к калибровке — наблюдению за невербальными и паравербальными сигналами собеседника. Выберите предстоящую деловую встречу или созвон и поставьте себе задачу в течение первых пяти минут не говорить о содержании, а наблюдать. Отмечайте темп речи собеседника, его позу, направление взгляда, жесты, изменения в дыхании, слова-маркеры. После встречи запишите свои наблюдения и сформулируйте гипотезу о текущем состоянии собеседника и его ведущем канале восприятия. Если есть возможность, проверьте гипотезу, задав в следующий раз уточняющий вопрос или изменив формат подачи информации в соответствии с наблюдениями. Это упражнение кажется простым на уровне описания, но на практике требует значительного усилия, потому что привычка думать о том, что сказать дальше, полностью блокирует способность замечать, что происходит с собеседником прямо сейчас.

Четвёртое упражнение предлагает провести аудит вашего текущего состояния перед коммуникативными событиями. Вспомните три последних значимых взаимодействия: питч, сложные переговоры, разговор с сотрудником о результатах. Для каждого из них ответьте на вопросы: в каком физическом состоянии я входил в эту встречу, как я спал накануне, что я ел за два часа до начала, какой эмоциональный заряд нёс с собой от предшествующих событий, была ли у меня хотя бы пятиминутная пауза для настройки или я вбежал в переговорную с предыдущего созвона. Цель этого аудита — не обвинить себя в недостаточной подготовке, а обнаружить связь между состоянием входа и качеством результата. Большинство основателей обнаруживают прямую корреляцию: встречи, перед которыми удалось выспаться, поесть и взять паузу, проходят значительно продуктивнее тех, в которые они входят на бегу и на пустой желудок.

Пятое и завершающее упражнение первой главы направлено на формулировку вашего личного намерения в работе с этой книгой. Возьмите чистый лист бумаги и напишите ответ на вопрос: какую конкретную коммуникативную ситуацию в моём бизнесе я хочу изменить в ближайшие три месяца? Формулировка должна быть конкретной и измеримой: не «хочу стать увереннее», а «хочу провести три питча перед инвесторами серии А без потери голоса и без извиняющихся интонаций в первые две минуты». Не «хочу лучше ладить с командой», а «хочу провести четыре еженедельных планёрки, на которых каждый сотрудник выскажется без страха и без моего перебивания». Не «хочу научиться убеждать», а «хочу закрыть переговоры с двумя ключевыми клиентами, используя адаптацию под их репрезентативные системы». Запи-

шите эту формулировку, поставьте дату и уберите лист в место, где вы увидите его через девять дней. Этот простой акт фиксации намерения создаёт рамку, внутри которой всё дальнейшее чтение и выполнение упражнений обретает направленность и смысл, а абстрактные знания превращаются в целенаправленное изменение поведения.

Завершая первую главу, хочется подчеркнуть одну мысль, которая будет красной нитью проходить через все последующие девятнадцать. Психика основателя является главным активом стартапа не в метафорическом, а в буквальном финансовом смысле. Качество решений, принимаемых в состоянии ресурса и ясности, отличается от качества решений, принимаемых в состоянии истощения и реактивной тревоги, не на десять процентов, а в разы. Способность выстроить коммуникацию с инвестором так, чтобы он увидел в вас не просителя, а партнёра, способного привести его капитал к кратному росту, конвертируется в конкретные миллионы оценки компании. Умение провести трудный разговор с сотрудником так, чтобы человек вышел из него с пониманием и мотивацией, а не с обидой и желанием обновить резюме, экономит недели поиска и онбординга замены. Навык распознать метапрограмму партнёра по фонду и сформулировать предложение в его рамке принятия решений сокращает раунд с шести месяцев до двух. Всё это измеряется, всё это конвертируется, и всё это тренируется.

Ваша психика — это не то, что дано раз и навсегда, не фиксированная конфигурация, с которой приходится мириться. Это операционная система, которую можно обновлять, перенастраивать и оптимизировать, если понимать её архитектуру и владеть инструментами работы с ней. Нейролингвистическое программирование даёт именно такие инструменты: конкретные, воспроизводимые, проверяемые на практике. Эта книга не обещает, что после её прочтения вы станете другим человеком. Она обещает нечто более практичное: вы получите доступ к тем возможностям, которые уже заложены в вашей нервной системе, но заблокированы автоматическими программами, устаревшими убеждениями и неотработанными навыками.

Разблокировка этих возможностей и есть та работа, которую мы начинаем прямо сейчас, на этой странице, и которую будем продолжать глава за главой, упражнение за упражнением, до тех пор, пока коммуникация не станет тем конкурентным преимуществом, которое отличает ваш бизнес от десятков аналогичных предложений на рынке.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.