



МУЖЧИНЫ, КОТОРЫЕ УМЕЮТ ЗАРАБАТЫВАТЬ

ДЕВЯТЬ ПОДХОДОВ
К УСПЕХУ В БИЗНЕСЕ

РОН ДЕЙКАР

Рон Дейкар

Мужчины, которые умеют

зарабатывать. Девять

подходов к успеху в бизнесе

<https://litres.ru/74700227>

SelfPub; 2026

Аннотация

Пока вы ждёте полной уверенности, кто-то уже договаривается с вашим будущим клиентом.

В бизнесе приходится решаться раньше, чем исчезнут сомнения. Но одной смелости мало: нужны расчёт, связи, репутация и умение убедить человека по другую сторону стола.

Рон Дейкар показывает девять подходов к заработку через истории предпринимателей: как замечать возможности, находить поддержку, изучать конкурентов, предлагать новое и превращать знакомства в деловые отношения. Читайте и ищите, чего не хватает именно вам: решительности, знаний, сильного окружения или убедительной речи.

Если идея своего дела давно живёт только в разговорах, пора купить книгу и проверить эту идею на прочность. Следующий шанс может достаться тому, кто окажется готов.

Содержание

Глава 1. Мужчины, которые не боятся рисковать и умеют использовать возможности, зарабатывают больше всех	4
Конец ознакомительного фрагмента.	98

Мужчины, которые умеют зарабатывать. Девять подходов к успеху в бизнесе

Глава 1. Мужчины, которые не боятся рисковать и умеют использовать возможности, зарабатывают больше всех

Мужчине, занимающемуся бизнесом, прежде всего нужно смело мыслить: без стремления к большому заработку не может быть и речи об успехе в крупном бизнесе. Помимо смелости мыслить, нужно также смело действовать, не бояться рисковать и использовать открывающиеся возможности. Конкуренция в деловом мире жестока, и чтобы выделиться из общей массы, нужно проявить больше мужества и приложить больше усилий, чем другие — только так мужчина сможет завоевать своё место под солнцем.

1. Возможности и риски — близнецы

Нет возможности без риска, как и нет риска без возможности — они неразлучны. Чтобы получить больше шансов

на заработок в бизнесе, мужчине нужно сознательно идти на необходимый риск.

Многие мужчины, не добивающиеся успеха в бизнесе, либо считают, что их проекты неудачны и в их сфере нет перспектив, либо полагают, что жизнь к ним несправедлива и не дает им шанса заняться крупным бизнесом и заработать большие деньги. На самом деле все, кто начинал с нуля, получали возможности благодаря огромным рискам, причем возможности были равны для всех. Просто одни обдумывали ситуацию, шли на риск и ухватили шанс; другие же, хотя и обдумывали, но не рисковали, и поэтому упустили возможность. А тем, кто думает только о деньгах, не задумываясь о том, как вести бизнес, возможности и вовсе не обращают внимания. Успешные люди, естественно, являются мастерами в том, чтобы улавливать и создавать возможности, и они привыкли добывать возможности среди рисков!

В истории американской финансов имя семьи Морган звучит громче всего. На протяжении более 100 лет, с XIX по XX век, финансовая династия Морганов достигла беспрецедентного расцвета, и эти достижения неразрывно связаны с тем, что её главный основатель Дж. П. Морган не боялся рисковать и умел использовать открывающиеся возможности.

Дж. П. Морган родился в Хартфорде, штат Коннектикут, в семье богатого торговца. Семья Морганов переехала из Англии на американский континент около 1600 года.

Сначала дед Моргена, Джозеф Морген, открыл неболь-

шое кафе, а накопив определенный капитал, открыл крупный отель, занимался торговлей акциями и участвовал в страховом бизнесе. Можно сказать, что Джозеф Морген разбогател благодаря своей смелости. Однажды в Нью-Йорке произошел пожар, принесший огромный ущерб. Инвесторы в страховую отрасль запаниковали и стали массово требовать отказа от своих акций, чтобы больше не нести расходы по страховым взносам от пожара. Джозеф решился и выкупил все акции, после чего значительно повысил страховые сборы. Выплатив компенсацию по пожару в Нью-Йорке, он значительно укрепил свой авторитет, и, несмотря на повышение страховых сборов, страхователи по-прежнему стекались к нему. Этот пожар, напротив, принёс Джозефу чистую прибыль в размере 150 тысяч долларов. Именно эти деньги заложили основу для империи семьи Морган.

Отец Моргана, Джинос С. Морган, начинал с открытия овощного магазина, а позже, вступив в партнерство с банкиром Пибоди, специализировался на торговле облигациями и акциями.

Жизнь в традиционной купеческой семье, особые семейные традиции и коммерческое воспитание сформировали в Моргене с юных лет смелость мыслить и действовать, а также ярко проявились его склонность к коммерческим рискам и спекулятивный дух.

В 1857 году Морган окончил Гёттингенский университет в Германии и устроился на работу в торговую фирму «Дун-

кан». Однажды, возвращаясь из Гаваны на Кубе, где он закупал для фирмы рыбу, креветок и другие морепродукты, он проплывал мимо пристани Нового Орлеана. Выйдя с корабля, он прогуливался по пристани, когда внезапно незнакомый белый мужчина похлопал его по плечу сзади: «Сэр, хотите купить кофе? Я могу предложить его за полцены».

«За полцены? Какой кофе?» — с недоумением посмотрел Морган на незнакомца.

Незнакомец сразу же представился: «Я капитан бразильского грузового судна, которое доставило сюда партию кофе для одного американского коммерсанта, но когда груз прибыл, этот коммерсант обанкротился. И теперь этому судну, загруженному кофе, ничего не осталось, как бросить якорь здесь. Сэр! Если вы его купите, это будет для меня огромной помощью, и я готов продать его за полцены. Но есть одно условие: оплата только наличными. Сэр, я подошёл к вам, потому что вы выглядите как деловой человек».

Морган вместе с бразильским капитаном осмотрел кофе — качество было неплохим. Узнав, насколько низкая цена, Морган без колебаний решил купить этот груз кофе от имени фирмы «Дункан». Затем он с большим энтузиазмом отправил телеграмму в фирму «Дункан», но в ответ получил: «Запрещается самовольно использовать имя компании! Немедленно отменить сделку!»

Морган пришёл в ярость, понимая, что торговый дом «Дункан», в конце концов, не принадлежит его семье Мор-

ганов. С тех пор у Моргана зародилось сильное желание — открыть собственную компанию и заниматься тем бизнесом, которым он хочет.

Не имея другого выхода, Морган был вынужден обратиться за помощью к отцу в Лондоне. Джинос ответил телеграммой, что разрешает ему использовать счет своей лондонской компании для погашения задолженности, возникшей в результате несанкционированного использования средств «Дункан энд Компани». Морган был в восторге и решил развернуться по-крупному. По рекомендации бразильского капитана он купил кофе и с других судов.

Для начинающего Моргена заключение такой крупной сделки было несомненным риском. Но, по воле судьбы, ему улыбнулась удача: вскоре после покупки этой партии кофе в Бразилии наступили сильные морозы, что привело к резкому снижению урожая. В результате цены на кофе взлетели, и Морген, воспользовавшись благоприятной конъюнктурой, получил огромную прибыль.

Благодаря этой сделке с кофе Джинос понял, что его сын — гений в области бизнеса, и вложил большую часть своих средств в создание для сына торгового дома «Морган», чтобы тот мог проявить свои коммерческие таланты. Торговый дом «Морган» располагался в здании на Уолл-стрит, напротив Нью-Йоркской фондовой биржи, и это место сыграло немалую роль в том, что Морган впоследствии стал влиятельной фигурой на Уолл-стрит и даже смог влиять на ми-

ровые события.

К тому времени наступил 1862 год, и Гражданская война в США разгоралась с новой силой.

Президент Линкольн издал «Указ № 1», объявил всеобщую мобилизацию и приказал сухопутным и военно-морским силам начать полномасштабное наступление на Юг.

Однажды к Моргану зашел поболтать его новый знакомый Кетчам. Кетчам был сыном одного из инвестиционных брокеров с Уолл-стрит.

«Мой отец недавно узнал из Вашингтона, что потери Северной армии просто огромны!» — таинственно сообщил Кетчам своему новому другу. «Если кто-то начнёт массово скупать золото и отправлять его в Лондон, то наверняка сможет неплохо на этом заработать».

Морган, обладавший чрезвычайной деловой хваткой, сразу же заинтересовался и предложил Кетчаму стать партнёром в этом деле. Кетчам, естественно, с энтузиазмом откликнулся и изложил Моргану свой план: «Сначала мы свяжемся с мистером Пибоди и, используя совместный расчёт через его компанию и твою торговую фирму, купим золота на сумму в четыре-пять миллионов долларов — конечно, в тайне; затем половину купленного золота переведем в Лондон и передадим Пибоди, а оставшуюся половину оставим себе. Как только просочится информация о переводе золота Пибоди, а правительственные войска потерпят поражение, цена на золото непременно взлетит до небес, и тогда мы смо-

жем открыто распродать наше золото и, несомненно, получим огромную прибыль!»

Морган быстро просчитал степень риска этой сделки и без колебаний дал согласие Кчаму. Всё шло по плану: как они и предполагали, информация о тайной сделке по покупке золота просочилась из-за перевода крупной суммы, и в обществе стали циркулировать слухи о том, что магнат Пибоди скупает огромные объёмы золота; повсюду распространилось мнение, что «цена на золото не может не вырасти». В результате вскоре разразилась настоящая лихорадка скупки золота. Из-за этой паники цена на золото взлетела до небес, и Морган, увидев, что момент настал, быстро распродал всё имевшееся у него золото, воспользовавшись суматохой и снова нажившись на этом.

В то время Моргену было всего 26 лет, но его большие глаза, сверкающие голубым блеском, казались непостижимыми; в сочетании с короткими густыми бровями и бородой он производил впечатление глубокомысленного и дальновидного человека.

В течение последующих более чем ста лет потомки семьи Морган унаследовали черты своих предков: они постоянно шли на риск, постоянно спекулировали, постоянно наживали огромные состояния и, в конце концов, построили могущественную империю Морганов, создав легенду в истории американской финансов.

Возможности и риски идут рука об руку, и успех Моргана

заключался в том, что он не боялся рисковать и ухватывался за любую возможность заработать, которую нельзя было упустить. Многие современные предприниматели при первых признаках риска отступают на три шага назад, и даже самая выгодная возможность теряет в их глазах всю свою привлекательность. Если перед рискованной возможностью вы колеблетесь, взвешивая все «за» и «против», как тогда можно совершить великие дела? Как можно построить крупный бизнес? Мы, конечно, не одобряем азартных авантюр, но ещё больше не одобряем чрезмерной осторожности и консерватизма, стремящихся к нулевому риску.

Самые перспективные предприниматели — это не всегда люди с выдающимся талантом, а те, кто лучше всех умеет использовать каждый момент для поиска и освоения новых возможностей. Они видят риски в возможностях, но ещё больше — улавливают возможности в рисках. 2. Настойчивость — залог победы, а настойчивость в условиях риска — залог большого успеха

Стабильный и осторожный бизнес, хотя и приносит доход, чаще всего приносит лишь небольшие прибыли, а крупные доходы — редкость. Поскольку вы стремитесь к стабильности, вы довольствуетесь тем, что есть, и вам трудно увидеть более высокие и долгосрочные прибыли; поскольку вы осторожны и не решаетесь рисковать, вы упускаете возможности, которые находятся всего в шаге от вас, и у вас нет шанса быстро накопить состояние. Поэтому мужчина, жела-

ющий заняться крупным бизнесом, должен помнить: бизнес, не сопряженный с каким-либо риском, может оказаться самым рискованным.

Богатство и слава достигаются через риск. В деловом мире размер риска и прибыли зачастую прямо пропорциональны. Если риск невелик, то все стремятся к такому бизнесу, и доход от него будет ограничен; если же риск велик, многие от него отказываются, и тогда потенциал прибыли становится значительным. В некотором смысле риск — это и есть прибыль: огромный риск может принести огромную прибыль. Поэтому всемирно известная компания «Нестле» когда-то вдохновляла своих сотрудников следующей фразой: «Отказ от риска — это, возможно, самый большой риск».

А президент нефтяного гиганта «Вестерн Ойл» Хаммер был именно тем человеком, который смело мыслил, смело действовал и не боялся идти на большой риск.

В 1956 году 58-летний Хаммер приобрел компанию «Вестерн Ойл» и начал заниматься нефтяным бизнесом. Нефтяной бизнес — это сфера, где можно заработать самые большие деньги, и именно потому, что он приносит огромную прибыль, конкуренция в ней особенно острая. А для Хаммера, только начинавшего свою карьеру в нефтяной отрасли, построить собственную нефтяную империю было делом отнюдь не простым. Хаммеру предстояло пройти испытание огромным риском.

Первой проблемой, стоящей перед ним, был вопрос об ис-

точниках нефти. В 1960 году в Техасе, на долю которого приходилось 38 % общего объема добычи нефти в США, уже много лет работали несколько крупных нефтяных компаний, и Хаммер не мог туда пробиться; Саудовская Аравия была вотчиной американской компании «Эксон», и Хаммеру не оставалось и надежды зацепиться за этот рынок...

Сердце Хаммера терзали бесконечные переживания.

В 1960 году, когда Хаммер израсходовал 10 миллионов долларов из фонда разведки, так и не добившись никаких результатов, он в очередной раз, не без риска, последовал совету молодого геолога: участок к востоку от Сан-Франциско, от которого отказалась компания «Тексако», мог стать крупным газовым месторождением, и «Вестерн Ойл» должна была арендовать его.

Хаммер готовился собрать ещё одну крупную сумму со всех сторон для разработки этой территории, но столкнулся с противодействием со стороны многих сотрудников компании, которые единодушно считали, что у этого молодого геолога недостаточно опыта, и если разведка вновь не принесёт нефти, это будет означать, что ещё 10 миллионов долларов пойдут насмарку, а давление, с которым столкнётся компания, будет беспрецедентным.

Хаммер, несмотря на все возражения, немедленно собрал 10 миллионов долларов и решил рискнуть ещё раз.

Работы по бурению велись в напряжённом темпе, но когда скважина достигла глубины 700 футов, ни капли нефти

не появилось, и все потеряли надежду. В этот момент Хаммер по-прежнему верил в прозорливость молодого геолога и приказал бурильщикам продолжать бурение, даже если скважина достигнет глубины 1000 футов. На этот раз риск окупился: на глубине 860 футов наконец было открыто второе по величине газовое месторождение Калифорнии, оцениваемое в более чем 200 миллионов долларов. Спустя несколько месяцев неподалеку было открыто ещё одно газовое месторождение с богатыми запасами — лед наконец был пробит, путь открыт! Хаммер начал своё сказочное путешествие к богатству. Компания «Вестерн Ойл» одним махом стала сильным конкурентом для всех нефтяных компаний.

Настойчивость ведет к победе: успех Хаммера, без сомнения, стал результатом упорства в условиях риска. Если бы он бросил дело на полпути, потратив 10 миллионов долларов из фонда разведки, то, скорее всего, так и не смог бы оправиться от неудачи, и в мире больше не было бы такого человека, как Хаммер. Но он выбрал настойчивость, выбрал дело бурения с неопределенным будущим, и в конце концов судьба улыбнулась ему.

Бизнесмену, стремящемуся расширить свой бизнес и добиться успеха, необходим именно такой дух, позволяющий смело идти на риск. Ведь риск порой может превратиться в давление, давление — в движущую силу, а движущая сила — в прибыль. Сейчас люди сравнивают рыночную конкуренцию с войной. Действительно, на поле коммерческой битвы,

хотя и нет дыма и огня, повсюду таятся риски. Здесь нет места для трусов. Если не рисковать и не брать на себя ответственность за риски, то успеха в бизнесе не будет.

3. В бизнесе для мужчины «смелость» важнее «эмоционального интеллекта»

Для мужчины в мире бизнеса главный залог успеха — это смелость мыслить и действовать, а также решительность в своих действиях. Как гласит пословица: «Десять хороших идей не стоят одного реального действия». Только тот мужчина, который осмеливается рисковать, быть первым и первым пробовать новое, может по-настоящему свободно маневрировать в мире бизнеса и стать уважаемым магнатом, которого все восхищают.

Раньше люди всегда считали, что трудолюбие — это единственный путь к достижению великих целей, но с изменением времени всё большую популярность приобретает понятие «коэффициент смелости», согласно которому смелость также является одним из необходимых условий успеха. Все больше фактов свидетельствует о том, что высокий IQ не всегда гарантирует успех, а высокий IQ — это лишь одно из преимуществ. Многие люди с высоким IQ просто не могут в полной мере раскрыть свой потенциал и добиться заслуженного успеха. Почему так происходит?

Черчилль однажды сказал: «Мужество по праву считается главной человеческой добродетелью, поскольку именно оно гарантирует наличие всех остальных добродетелей». Под му-

жеством здесь подразумеваются смелость, решительность, способность сохранять хладнокровие в критических ситуациях, не терять самообладания в условиях перемен, отстаивать свою точку зрения вопреки общему мнению и принимать решительные меры, не оставляя себе пути к отступлению.

Более того, научные исследования показывают, что важность «коэффициента смелости» (CQ) для достижения успеха уже намного превосходит значение IQ. Тестирование способностей 1048 менеджеров показало, что уровень «коэффициента смелости» является важнейшим показателем профессионального успеха человека, на втором месте стоит «коэффициент эмоционального интеллекта» (EQ), а уже на третьем — IQ.

Если представить себе, что жизнь, карьера и богатство — это высокие горы, то люди с высоким «коэффициентом смелости» не боятся трудностей, неустанно поднимаются вверх, воспринимая каждое препятствие как вызов, а каждый вызов — как возможность, и в конце концов гордо возвышаются на вершине! А люди с высоким IQ, но без способности к действию, могут только восхищаться этим.

Вспоминаю, как более десяти лет назад спекулянты, вложившие в фондовый рынок всего несколько тысяч юаней, через несколько лет стали миллионерами; а уличные торговцы, начавшие с нескольких сотен юаней, через десять лет превратились в крупных предпринимателей. Глядя на их дости-

жения, многие не могут с этим смириться и говорят: «Если бы я тогда занялся этим, то заработал бы гораздо больше, чем они». Верно! Возможно, ваши способности превосходят их, ваши знания шире, а опыт богаче, но почему же вы тогда не осмелились действовать? Это и вопрос смелости, и вопрос мировоззрения, ведь устаревшие представления сдерживают вашу готовность идти на риск. Именно ваше мировоззрение напрямую определяет, почему спустя десять лет вы по-прежнему остаётесь бедными!

С древних времён при строительстве домов для продажи сначала строили дом, а потом продавали его — это казалось само собой разумеющимся. Но в середине прошлого века гений гонконгского бизнеса Хо Ин-дун пошёл наперекор традициям — «сначала продажа, потом строительство». Этот рискованный шаг, нарушивший устоявшиеся нормы, создал совершенно новую бизнес-модель и позволил ему встать на легендарный путь предпринимательства, превратившись из простого человека в миллиардера.

Хо Ин-дун — основатель компании «Лисин» (Lixin) в Гонконге, занимающейся строительством и недвижимостью. В глазах жителей Гонконга он был «необычным самостоятельным предпринимателем». «Начал с нуля и быстро разбогател», «обогатился без видимой причины», «с лёгкостью», «достиг успеха с одного раза» — все эти слухи окутали его восхождение к богатству ореолом тайны. Действительно ли история успеха Хо Ин-дуна таинственна? Нет, в основном он

просто применил рискованный, но гениальный ход: «сначала продать, потом строить».

У Хо Ин-дуну было одно ценное качество в бизнесе: он не упускал ни одной возможности для развития своего дела. В 1950-х годах, после заключения перемирия в Корее, Хо Ин-дун, проявив прозорливость, заметил, что в Гонконге много людей, но мало земли, и понял, что в сфере недвижимости открываются большие перспективы. Поэтому он решительно вложил все свои многолетние сбережения в рынок недвижимости. Это, без сомнения, был довольно смелый и рискованный шаг: в случае провала он мог бы потерять все свои сбережения и обанкротиться, но, к счастью, его риск оправдался. Начиная с 1954 года он приступил к созданию компании «Лисин» (Lixin), занимавшейся строительством и недвижимостью, и каждый день был занят сносом старых зданий и возведением новых, покупкой и продажей недвижимости, реализуя свои грандиозные планы. По его собственным словам, он «открыл с этого момента новую, решающую страницу в своей жизни»!

Раньше в сфере недвижимости принято было сначала вкладывать средства в покупку земли и строительство, а после завершения строительства здания продавать его этаж за этажом или сдавать в аренду по отдельным квартирам. Хотя этот метод был надежным и осторожным, он не способствовал быстрому развитию бизнеса. После долгих раздумий Хо Ин-дун придумал гениальный ход: заранее продавать эта-

жи будущего здания, а на вырученные средства строить само здание — то есть сначала продавать, а потом строить. Эта перестановка порядка действий позволила ему добиться больших результатов с помощью небольших средств. Средства, которых раньше хватало лишь на строительство одного здания, он мог использовать для возведения нескольких новых зданий, а то и больше; в то же время у него появлялись более солидные средства для приобретения выгодных участков и закупки современной строительной техники, что позволяло повысить качество и скорость строительства, а также снизить затраты. Еще более конкурентоспособным было то, что его здания располагались в более выгодных местах, чем у конкурентов, а цены были ниже. Кроме того, иногда он применял схему предварительной продажи с рассрочкой платежа, что делало покупку доступной для всех.

Такой подход, который с современной точки зрения кажется вполне обычным, в то время, без сомнения, был сенсационным нововведением и рискованным шагом. Подход Хо Ин-дуна был действительно гениальным: он стал пионером в сфере предварительной продажи зданий и создал совершенно новую модель ведения бизнеса в сфере недвижимости. Чтобы продвигать маркетинговую модель «сначала продажа, потом строительство», Хо Ин-дун первым начал широко использовать брошюры и рекламу для продвижения. Он говорил: «Мы проводим различные рекламные кампании, чтобы привлечь больше людей, у которых есть свободные средства,

к покупке».

Например, китайские эмигранты и члены их семей, приезжающие в Гонконг на постоянное жительство или для инвестиций; служащие, накопившие небольшие сбережения за всю свою трудовую жизнь; новоиспечённые богачи, разбогатевшие на азартных играх; торговцы, набившие карманы благодаря мелкому бизнесу — все они могут инвестировать в недвижимость. Кто же не хочет иметь собственное жильё? Только если многие люди будут интересоваться этим, понимать это и участвовать в этом, у нашего дела появится надежда». Рекламная кампания Хо Ин-дуна оказалась весьма успешной. За считанные годы компания «Лисин» по строительству и продаже недвижимости построила и реализовала высотные здания, которые заполнили районы Гонконга и Коулуна, побив рекорды по объёму сделок с недвижимостью в Гонконге. Этот молодой человек, не имевший ни образования строительного инженера, ни опыта в сфере недвижимости, за короткое время стал прославленным «королём» жилищного строительства и миллиардером с состоянием, превышающим 100 миллионов. В настоящее время на имя Хо Ин-дуна зарегистрировано более 60 компаний, большинство из которых занимаются недвижимостью или тесно связаны с этой сферой. Гонконгская ассоциация строителей и риэлторов, председателем которой он является, контролирует 70 % строительного рынка Гонконга. Хо Ин-дун также стал известным «магнатом строительства».

Неординарные идеи и смелый дух Хо Ин-дуна, готового рисковать, привели его к великим достижениям. Такая нестандартная модель ведения бизнеса впоследствии стала предметом подражания для многих строительных компаний. Он первым ввел практику «сначала продажа, потом строительство», изменив традиционную структуру рынка недвижимости и установив новый стандарт в этой отрасли.

4. Даже один успех из десяти рискованных предприятий — это уже большой успех

Зачастую бизнес-возможности мимолетны, и умный человек должен действовать, как только увидит их, не упуская прекрасную возможность из-за промедления. Смелость идти на риск и побеждать неожиданными ходами — обязательные качества успешного человека.

В представлении успешных людей бизнес — это вызов: инстинктивное стремление победить других, вызов, к которому нужно подготовиться, чтобы одержать победу, и вызов, заключающийся в том, как именно добиться этой победы. Именно поэтому в деловой среде у всех присутствует сильный дух соперничества. Если человек не готов рискнуть и воспользоваться мимолетной возможностью, которая мелькает перед ним, то ему всегда придется довольствоваться лишь остатками, оставленными другими. Чрезмерная осторожность так же плоха, как и небрежность и невнимательность, ведь в бизнесе невозможно обойтись без возможностей; чрезмерная осторожность приводит к упущенным воз-

возможностям и превращает человека в того, кто стремится «зарабатывать безопасно», но на самом деле не зарабатывает ничего.

Как только вы определились, действуйте смело — это опыт, накопленный многими успешными людьми в современном деловом мире. Риск связан с неожиданными ходами, а неожиданные ходы — с победой, поэтому западная пословица гласит: «Удача любит смелых». Риск — это проявление мужества и решимости, в опасности таится благополучие, в кризисе — выгода; если вы хотите добиться потрясающих результатов, вам нужно осмелиться рискнуть. Как можно получить шанс, если не рисковать? Если вы рискнули десять раз, девять из которых закончились неудачей, а последний — успехом, то вы всё равно добились успеха.

В одной из газетных рубрик, посвящённой историям успешных бизнесменов со всего мира, была опубликована следующая история: Фаулер был ребёнком из бедной афроамериканской семьи. Чтобы выжить в обществе, он решил, что бизнес — это кратчайший путь к богатству, и в итоге остановил свой выбор на производстве мыла. Вначале он занимался самостоятельной продажей, ходя от дома к дому и предлагая мыло в течение 12 лет. Позже он узнал, что компания, поставлявшая ему мыло, скоро будет выставлена на аукцион по цене 1,5 миллиона долларов, и решил купить её. Однако за 12 лет, проведённых в мыльном бизнесе, он сумел накопить лишь 250 тысяч долларов. В итоге Фаулер заклю-

чил с компанией соглашение: сначала он внес залог в размере 250 тысяч долларов, а затем должен был выплатить оставшиеся 1,25 миллиона долларов в течение 10 дней. Если бы ему не удалось собрать эту сумму в течение 10 дней, он бы лишился внесенного залога, а это означало, что он остался бы без гроша.

Чтобы собрать деньги, Фаулер в первую очередь вспомнил, что за 12 лет продажи мыла он заслужил уважение и признание многих бизнесменов, и обратился к ним за помощью. Он занял сумму у личных друзей, а также получил помощь от кредитных компаний и инвестиционных групп. Однако накануне десятого дня Фаулеру не хватало всего 10 000 долларов до 1,25 миллиона. Фаулер вспоминал: «К тому моменту я исчерпал все известные мне источники кредитования. Была уже глубокая ночь, и я, сидя в полутемной комнате, пробормотал себе под нос: „Я проеду по всей 61-й улице“».

В 23:00 Фаулер сел за руль и поехал по 61-й улице. Проехав несколько кварталов, он заметил, что в офисе одного подрядчика горит свет, и зашел внутрь. Там сидел человек, измученный поздней работой. Фаулер понял, что ему нужно проявить смелость.

«Хотите заработать 1000 долларов?» — прямо спросил Фаулер. Эти слова настолько испугали подрядчика, что он отшатнулся. «Да! Конечно!» — ответил тот. «Тогда выпишите мне чек на 10 000 долларов. Когда я верну эту сумму, я до-

плачу 1000 долларов в качестве процентов», — сказал Фаулер. Он показал подрядчику список других людей, которые одолжили ему деньги, и подробно рассказал об этом коммерческом предприятии. Когда Фаулер покинул этот офис, у него в кармане уже была необходимая сумма. Благодаря духу авантюризма Фаулер не только не разорился, но и его дела пошли в гору, и со временем он стал миллионером, владеющим семью компаниями и контрольным пакетом акций одного ресторана.

История Фаулера, превратившегося из бедняка в миллионера, служит вдохновением для тех, кто стремится к успеху и прибыли на рынке: когда появляется возможность, нужно смело идти на риск и не упускать шанс из-за боязни рисковать.

5. Выживает сильнейший, и только мужчина, готовый к риску, не будет вытеснен

Однообразная жизнь приводит лишь к однообразной судьбе. Если мужчина хочет обрести счастье в жизни и добиться успеха в карьере, ему трудно достичь этого, не обладая ни каплей духа авантюризма. Нужно помнить: удача благоволит только к тем, кто готов к ней, а богатство — только к тем, кто не боится рисковать.

Сто миллионов лет назад Земля была заселена огромными динозаврами. Позже на планете произошли катастрофические изменения, и динозавры вымерли за очень короткий промежуток времени. До сих пор учёные не могут точно

определить, что именно произошло, но единственное, что можно утверждать с уверенностью, — динозавры вымерли именно потому, что не смогли приспособиться к этим изменениям.

Выживают приспособленные, неприспособленные отсеиваются природой — это вечный и неизменный закон развития всего живого. И биологи, и экономисты признают: в жесткой конкуренции все, кто не способен приспособиться, будут отсеяны.

Бизнес — это поле битвы, а оружие безжалостно: если человек падает в разгар сражения, это означает, что его способность к выживанию недостаточна. К сожалению, на многих рабочих местах мы по-прежнему видим слишком много «динозавров». Характерные черты этих «динозавров» в основном следующие: упрямство, строгость, нежелание двигаться вперёд, отсутствие гибкости.

В работе самым большим препятствием для «динозавров» является неспособность адаптироваться к окружающей среде. Вокруг них есть множество возможностей для освоения новых технологий, повышения квалификации, смены должности, внедрения инноваций в компании и т. д., но они часто не замечают их и вообще не стремятся к новым прорывам.

Работа и жизнь всегда подвержены бесконечным изменениям: каждый день мы можем сталкиваться с переменами — на рынок постоянно выходят новые продукты и услу-

ги, внедряются новые технологии, поручаются новые задачи, появляются новые коллеги, новые начальники... Эти изменения могут быть как незначительными, так и радикальными. Но каждое изменение требует от нас перенастройки и новой адаптации.

Столкновение с изменениями означает вызов некоторым старым привычкам и устоявшимся состояниям. Если вы крепко держитесь за прежние модели поведения и мышления и верите, что «я такой, какой есть», то попытка попробовать что-то новое станет угрозой для вашего чувства безопасности.

«Динозавры» не любят перемен: они довольны существующим положением дел, у них нет амбиций, духа новаторства и энтузиазма в работе; их отношение к жизни сводится к тому, чтобы «жить сегодняшним днём» — просто плыть по течению.

«Динозавры» отказываются признавать факт перемен, они не хотят создавать для себя возможности, предпочитая подчиняться так называемой удаче и судьбе. Поскольку они не верят в то, что могут управлять своей судьбой, они делают неверный выбор: либо шагают по ровной дороге, либо всю жизнь занимают не то место. В современном обществе ключ к личному успеху заключается в том, готов ли человек пробовать новое, любит ли он рисковать, экспериментировать и умеет ли он проявлять гибкость. Именно в этом заключается единственный путь к обучению и прогрессу.

Риск всегда даёт больше шансов пробиться, чем слепое следование старым правилам. Если вы не хотите оказаться в числе отсеянных, вам необходимо сделать всё возможное, чтобы овладеть любыми новыми знаниями в соответствующей области, возделывать свой собственный участок и стать незаменимым специалистом. Помните, как исчезли с лица Земли динозавры? Не становитесь современной версией «динозавра».

Только человек способен сознательно рисковать неудачей, предпринимая то, что не обязательно увенчается успехом; если же ждать гарантии «безопасности», прежде чем действовать, то ничего не будет достигнуто.

Всем известно, что удача улыбается только тем, кто к ней готов, но на самом деле богатство также благоволит только тем, кто осмеливается рисковать. Опыт американского «нефтяного магната» Пола Гетти прекрасно иллюстрирует это.

Гетти был крупным американским промышленником середины прошлого века. В октябре 1957 года в рейтинге мировых бизнес-миллиардеров, составленном авторитетным американским журналом «Fortune», он занял первое место с состоянием, превышавшим 1 миллиард долларов; его состояние превышало состояние другого нефтяного магната, Хантера, занявшего второе место, на 300 миллионов долларов. Более 1 миллиарда долларов в то время представляли собой огромное состояние, и этот тогдашний мировой маг-

нат славился умением использовать благоприятные возможности и смелостью в рискованных начинаниях.

В 1893 году Гетти родился в Миннеаполисе, штат Миннесота на севере США, в семье небольшого нефтяного предпринимателя. В 1912 году Гетти окончил среднюю школу и поступил в Калифорнийский университет. Вскоре он перевелся в всемирно известный Оксфордский университет в Великобритании. С возрастом взгляды Гетти на общество и на самого себя постоянно корректировались и менялись. Во время летних каникул на втором курсе университета, вернувшись домой и посетив нефтяное месторождение, он открыл для себя удовольствие от добычи нефти и постепенно увлекся нефтедобывающей отраслью.

Все больше увлекаясь нефтедобычей, Гетти в 1914 году прервал учебу в университете и, имея при себе всего 500 долларов, в одиночку отправился в Оклахому — быстро развивающийся промышленный город на юге страны — чтобы попытать счастья. На окраинах Оклахома-Сити повсюду кишели люди, приезжавшие сюда в поисках «черного золота» (нефти), и Гетти, полный надежд, присоединился к этой многочисленной толпе.

Работая на скважинах, Гетти постепенно накопил определенный опыт в нефтедобыче. В 1915 году в местности появился участок, сдаваемый в аренду. Узнав об этом, Гетти был чрезвычайно взволнован, поскольку, судя по своему опыту, он считал, что шансы на обнаружение нефти на этом

участке были очень высоки. Перед ним стояла задача: как обойти других конкурентов и арендовать этот участок.

В то время в аукционе участвовало множество состоятельных людей, а Гетти, пощупав свой карман, обнаружил, что у него всего лишь 500 долларов. Чтобы заполучить этот участок, он ломал голову и, наконец, придумал неплохой выход.

Гетти попросил сотрудника банка выступить от его имени на торгах и озвучить цену. Как ни странно, увидев, что предложение делает именно этот банковский служащий, остальные участники торгов один за другим сняли свои заявки, и в результате Гетти удалось выиграть торги, заплатив всего лишь свои 500 долларов.

Оказалось, что банк, в котором работал этот сотрудник, был крупным и влиятельным финансовым учреждением. Те богатые и влиятельные конкуренты знали о его положении, а некоторые даже имели с ним дело. Увидев, что он пришёл на торги, участники решили, что он представляет этот крупный финансовый консорциум, и, подумав, что с ним им не справиться, предпочли выйти из торгов пораньше, чтобы остаться в хорошем свете. Так Гетти удалось воспользоваться этой возможностью и сделать первый шаг к успеху.

Арендовав этот участок, Гетти нанял несколько временных рабочих и вскоре вместе с ними приступил к бурению нефтяной скважины. Как и предполагал Гетти, в земле действительно была нефть. Спустя несколько дней они пробури-

ли скважину, дававшую 720 баррелей сырой нефти в сутки.

В мае 1916 года Гетти заключил договор со своим отцом и они совместно основали «Нефтяную компанию Гетти». Отец и сын четко разделили обязанности: отец предоставлял средства на добычу нефти, а Гетти отвечал за операционное управление, при этом прибыль делилась в соотношении 7:3. Позже, для расширения масштабов деятельности, компания привлекла ещё нескольких инвесторов, и доли участия были слегка скорректированы.

Гетти был чрезвычайно преданным своему делу человеком: он всегда лично присутствовал на передовой и участвовал в работах на месте. Несмотря на то что он был владельцем компании, он одновременно выполнял функции геолога, взрывотехника, руководителя раскопок, оператора и других должностей. Благодаря длительной работе на местах он выявил немало закономерностей в добыче нефти, его опыт в поиске нефтяных месторождений становился всё богаче, а успешность операций постоянно росла, что придало компании «Гетти Петролеум» новый импульс. К 1917 году состояние Гетти превысило 1 миллион долларов.

Когда экономический кризис начал постепенно смягчаться, в 1932 году он начал массово скупать акции компании «Coastal United Oil», и уже в следующем году его пакет достиг 260 тысяч акций, после чего продолжал расти, пока он не стал полным владельцем этой компании.

В 1949 году Гетти узнал, что правительство Саудовской

Аравии намерено привлечь иностранный капитал для добычи нефти, и за 12,5 миллиона долларов арендовал у правительства Саудовской Аравии права на добычу нефти в «нейтральной зоне» между Саудовской Аравией и Кувейтом с условием равного разделения прибыли. Через шесть лет из первой скважины хлынула нефть, и его огромные инвестиции начали приносить доход. Впоследствии он пробурил ещё множество высокопродуктивных скважин, получив от этого поразительную прибыль.

До начала добычи нефти в «нейтральной зоне» многие считали эту затею слишком рискованной из-за огромных инвестиций. Но он решил пойти на риск. Его авантюра принесла ему колоссальную прибыль: по оценкам геологов, в пределах территории, на которую распространялись его права на добычу, можно было добыть 130 триллионов баррелей сырой нефти, при этом затраты на бурение составили 40 миллионов долларов.

Неиссякаемый поток нефти стал для Гетти «черным золотом». Опираясь на это, он смело инвестировал в смежные отрасли, построил и приобрел множество нефтеперерабатывающих заводов, а также создал собственный флот нефтяных танкеров. Кроме того, он массово скупал акции нефтяных компаний: к 1963 году он владел 12,57 млн акций своей собственной компании, а также контролировал такие предприятия, как «Кост», «Эмбассидор», «Скли Ойл», нью-йоркский отель «Пьер» и авиакомпанию «Спартан».

Удача? Конечно. Однако удача Гетти была заслуженной: в каждом своём деле он не ошибался. Но как Гетти мог знать, что из этой скважины потечет нефть? На самом деле он не знал, хотя и собрал все факты, которые только мог. «Всегда присутствует элемент случайности, — говорил он, — и нужно быть готовым принять этот элемент. Если же вы будете требовать однозначного ответа, то сами себе свяжете руки и ноги».

Удачливые люди, как правило, смелые. За редким исключением, самые трусливые и осторожные люди часто бывают самыми невезучими. Удача может придать смелости, а смелость, в свою очередь, поможет вам обрести удачу.

6. Риск требует духа, не отказывающегося от даже одного процента шанса

Если шанс на успех составляет всего один процент, вы бы рискнули? Полагаю, большинство людей отступило бы, но мужчины, которые смеют думать и действовать, примут этот вызов: даже если шанс на успех составляет всего один процент, они приложат стопроцентные усилия. Только те, кто действительно осмеливается бросить вызов одному проценту, способны совершить великие дела.

«Нет шансов» — это лишь оправдание слабых, уклоняющихся от реальности, а «использовать шанс» — это сильная клятва первопроходцев.

В быстро меняющемся современном обществе бизнес-возможности встречаются повсюду, главное — уметь их

уловить. Некоторые, правильно воспользовавшись моментом, делают рывок вперед и вступают на путь успеха; другие же, не заметив важного из-за мелочей, упускают мелькающую перед глазами возможность и прожигают всю жизнь в пустоте.

Успех = трудолюбие + удача. Удача — неотъемлемая часть пути к успеху мировых миллиардеров. Как гласит поговорка: «Времена рожают героев». Эти «времена», в некотором смысле, и есть удача. Если человек обладает талантом, сильными сторонами и трудолюбием, но не встречает подходящего шанса, это похоже на то, как будто он, преодолев тяжёлый путь, добрался до подножия горы, в недрах которой скрывается богатая золотая жила, но вынужден бродить у подножия, потому что никто не указал ему путь в гору. Однако если в этот момент он встретит мудреца, который возьмёт его за руку и поведёт в гору, то это станет для него дополнительным преимуществом, и он всё ближе и ближе приблизится к ослепительным сокровищам.

Поэтому в некотором смысле момент — это огромное богатство. Только тот, кто умеет воспользоваться моментом, способен создать огромное богатство.

Американский магнат розничной торговли Джон Гамбс считал, что возможности есть повсюду; иногда вероятность их реализации составляет всего один процент, но, в конце концов, они существуют. Если проявить неустанную настойчивость в их достижении, то обязательно удастся добиться

успеха.

Его девиз: «Не упускать ни одной возможности, даже если вероятность ее реализации составляет всего один процент».

Однажды Гамбс собирался поехать на поезде в Нью-Йорк, но заранее не забронировал билет. Это было как раз накануне Рождества, и в Нью-Йорк отправлялось много людей на каникулы. Поэтому билеты на поезд было очень трудно достать.

Миссис Гамбс позвонила на вокзал и спросила: можно ли ещё купить билеты на этот поезд?

На вокзале ответили: все билеты уже распроданы. Однако, если не боитесь хлопот, можете принести багаж на вокзал и попытаться счастья — может быть, кто-то в последний момент вернет билет.

На вокзале несколько раз подчеркнули, что шанс на это, возможно, составляет всего один процент.

Гамбс с радостью взял багаж и поспешил на вокзал, словно уже купил билет.

Госпожа спросила: «Джон, а что, если ты приедешь на вокзал и не сможешь купить билет?» Он беззаботно ответил: «Ничего страшного, я просто пойду с багажом прогуляюсь».

Гамбс прибыл на вокзал, долго ждал, но никто не возвращал билеты, а пассажиры непрерывным потоком устремлялись к платформам.

Но Гамбс не стал, как остальные, спешить обратно, а терпеливо ждал.

Примерно за 5 минут до отправления к нему поспешно подошла женщина, чтобы вернуть билет: её дочь тяжело заболела, и ей пришлось пересест на более поздний поезд.

Гамбс купил этот билет и сел на поезд до Нью-Йорка.

Приехав в Нью-Йорк, он принял душ в отеле, лег в постель и позвонил жене по междугороднему телефону.

По телефону он тихо сказал:

«Дорогая, я воспользовался тем единственным шансом, который давал всего один процент, потому что верю: настоящий умный человек — это тот дурак, который не боится остаться в накладе».

Однажды в районе Вилл наступил экономический спад: многие фабрики и магазины закрывались и были вынуждены распродавать свои огромные запасы по сниженным ценам — так низким, что за 1 доллар можно было купить 100 пар носков.

В то время Джон Гамбс был ещё рядовым техником на текстильной фабрике. Он сразу же потратил все свои сбережения на покупку товаров по низким ценам, и люди, видя его эту «глупость», открыто высмеивали его, называя дураком!

Джон Гамбс не обращал внимания на насмешки окружающих и продолжал скупать товары, распродаваемые фабриками и магазинами, а также арендовал большой склад для их хранения.

Его жена убеждала его не покупать эти вещи, которые другие распродавали по низким ценам, поскольку их сбереже-

ния, накопленные за долгие годы, были ограниченными и предназначались для воспитания детей. Если бы это предприятие обернулось полной потерей капитала, последствия были бы непредсказуемыми.

На тревожные уговоры жены Гамбс, посмеявшись, ответил ей: «Через три месяца мы сможем разбогатеть на этих дешевых товарах».

Слова Гамбса, казалось, не сбылись.

Через 10 дней, когда эти фабрики, снизив цены, так и не смогли найти покупателей, они увезли весь товар на грузовиках и сожгли его, чтобы стабилизировать рынок.

Увидев, что другие уже сжигают товары, жена не могла сдержать беспокойства и стала высказывать недовольство Гамбсу. На жалобы жены Гамбс не ответил ни словом.

Наконец, правительство США приняло экстренные меры, стабилизировав цены в регионе Вилл и оказав мощную поддержку местным производителям в возобновлении деятельности.

В это время в регионе Вилл из-за большого количества сожженных товаров возник дефицит запасов, и цены росли с каждым днём.

Джон Гамбс немедленно распродал большую часть своих запасов: во-первых, он заработал на этом огромную сумму, а во-вторых, это позволило стабилизировать рыночные цены и предотвратить их непрерывный взлет.

Когда он решил распродать товары, жена снова посове-

товала ему пока не торопиться с продажей, поскольку цены продолжали стремительно расти день ото дня.

Он спокойно ответил: «Пришло время распродажи; если мы будем тянуть ещё немного, то потом будем об этом жалеть».

И действительно, как только Гамбс распродал весь свой товар, цены пошли вниз, и его жена была безмерно восхищена его даром предвидения.

Позже Гамбс на вырученные деньги открыл пять универмагов, и его бизнес процветал.

Сегодня Гамбс является влиятельным бизнес-магнатом во всей Америке, и в одном из открытых писем, адресованных предпринимателям, он искренне написал:

«Дорогие друзья, я считаю, что вам следует ценить даже тот один процент шанса, ведь он принесёт вам неожиданный успех и богатство. Некоторые говорят, что такой подход — поступки глупца, шансы на успех в котором еще более призрачны, чем при покупке лотерейного билета. Такая точка зрения неверна, ведь розыгрыш лотереи организуют другие, и ваши личные усилия здесь ни при чем. А вот этот один процент шанса полностью зависит от ваших собственных усилий. Однако вы должны помнить: чтобы воспользоваться этим одним процентом шанса, необходимо обратить внимание на два момента:

во-первых, нужно мыслить долгосрочно — без дальновидности невозможно воспользоваться ни одной возможно-

стью;

во-вторых, нужно быть настойчивым: без упорства и непоколебимой уверенности даже уловленный шанс не принесет пользы.

Если вы будете учитывать эти два момента, вы обязательно станете новыми звездами делового мира в будущем!»

Не упускать ни одной возможной возможности и прилагать все усилия для её реализации — вот именно то качество, которое необходимо каждому успешному предпринимателю.

7. Смелость должна сочетаться с осторожностью: не стоит идти на ненужный риск

Мужчины, борющиеся за успех в бизнесе, должны понимать: не каждый риск принесет вам большие деньги, а зачастую он может лишить вас всего. Риск — это не слепота, не азартная игра, в которой ставится на кон всё, а относительно научное суждение, основанное на объективном анализе; только такой риск имеет смысл.

Риск имеет свою цену. Нужно понимать, что в мире не существует абсолютно беспроигрышного способа заработать деньги. Как же тогда избежать рисков? Для этого необходимо не только быть «смелым», но и «внимательным».

В последние годы группы покупателей из Вэньчжоу активно действуют по всей стране, производя на людей глубокое впечатление. Люди знают только, что они «быстро оформляют заказы, покупают группами, вкладывают крупные суммы,

быстро входят и выходят из рынка, создавая яркое зрелище», но редко обращают внимание на их «внимательность».

«Жители Вэньчжоу слишком тщательно анализируют рынок», — с восхищением говорит владелец одной риэлторской компании. «Сначала они анализируют влияние факторов окружающей среды Циньхуандао на рост стоимости недвижимости, затем изучают, как вложение 10 млрд юаней в улучшение городской инфраструктуры расширило потенциал роста стоимости недвижимости, а также сравнивают текущую цену на недвижимость в Циньхуандао, составляющую около 3000 юаней за квадратный метр, с ценой в соседнем Даляне, где она превышает 10 000 юаней за квадратный метр; чтобы понять уровень жизни в этом регионе, они подробно расспрашивают официантов в ресторанах о размере их ежемесячной заработной платы и т. п. И только после этого приходят к выводу, что у цен на недвижимость в Циньхуандао есть потенциал для роста».

Чтобы заработать деньги, нужна смелость — в этом нет сомнений, но также нужна внимательность; без внимательности высока вероятность «потерпеть крах». Клаузевиц в своём великом труде «О войне» отмечает: у выдающегося полководца мужество и стратегический ум должны развиваться сбалансированно. Если мужество превосходит стратегический ум, это приведёт к поражению из-за опрометчивых действий; если стратегический ум превосходит мужество, это приведёт к упущению благоприятного момента из-

за излишней осторожности.

Бизнес — это поле битвы, и эта точка зрения в равной степени применима к тем, кто сражается на этом поле. Храбрость — это не слепое бросание в бой, а способность, опираясь на собственные знания и опыт, с помощью дальновидного и проницательного взгляда, а также решительного и стремительного духа авантюризма, оперативно принимать решения и воплощать их в жизнь.

Разумная смелость — это риск, а безрассудная смелость — это опрометчивость. Если вы хотите заработать деньги, необходимо четко различать риск и опрометчивость, а также понимать, что такое смелость, а что — невежество. Невежественная опрометчивость только ухудшит ситуацию.

Нельзя отрицать, что у тех, кто разбогател в самом начале реформ и открытости, «смелость» значительно преобладала над «внимательностью». Ведь в то время у людей ещё не было коммерческого сознания, «заниматься бизнесом» считалось позором, а законодательство и нормативные акты были несовершенны. Поэтому рыночных возможностей было бесчисленное множество, и если только человек осмеливался ими воспользоваться, то в большинстве случаев мог разбогатеть. А как обстоят дела сейчас? Если не анализировать рынок внимательно, а действовать бездумно и опрометчиво, то провал неизбежен.

При изучении истории развития китайских предприятий некоторые данные вызывают настоящий шок: средняя про-

должительность жизни китайских предприятий составляет около 8 лет, а частных — всего 3 года. Основная причина того, что многие китайские предприятия, едва достигнув определённых масштабов, легко теряют ориентацию, заключается в неспособности правильно различать, что такое смелый риск, а что — безрассудная авантюра. Достигнув небольшого успеха, они теряют голову, легко принимают решения о быстром расширении, при этом не имея научно обоснованного стратегического плана и не уделяя внимания базовому управлению, что, естественно, приводит к провалу.

Смелость должна сопровождаться внимательностью, кроме того, нельзя идти на ненужный риск — это «опыт», накопленный успешными людьми после прохождения через множество испытаний.

В деловом мире есть много предпринимателей, готовых идти на риск, но в решающий момент, сталкиваясь с проектами, обещающими слишком высокую прибыль и слишком высокий риск, они всегда проявляют крайнюю осторожность и даже могут отказаться от инвестиций на полпути; они редко вступают в те отрасли, где риски высоки, а прибыль огромна. Как правило, их не соблазняет высокая прибыль, потому что они знают: «В мире нет бесплатного обеда» — за высокой прибылью обязательно следует высокий риск.

Японский «бог бизнеса» Коносукэ Мацушита был приверженцем именно такой инвестиционной философии.

В 1964 году японская компания «Мацушита Коммуникаци-

онная промышленность» неожиданно объявила, что больше не будет заниматься производством крупных электронных компьютеров. Объявление об этом решении потрясло всех. «Мацушита» потратила пять лет на исследования и разработки, вложив в них огромную сумму в 1 миллиард иен, и, когда проект уже приближался к завершающей стадии, внезапно полностью отказалась от него. Дела у «Мацушита Комуникационная промышленность» всегда шли хорошо, и финансовые трудности были исключены, поэтому это решение было совершенно непонятным.

У Коносукэ Мацушиты были свои соображения, побудившие его принять столь решительное решение. Он считал, что, хотя прибыль от производства крупных компьютеров и высока, риски слишком велики. К тому же на рынке крупных компьютеров, используемых компанией в то время, царила острая конкуренция, и малейшая оплошность могла бы оказать негативное влияние на «Мацушита Комуникационную промышленность». Если бы компания решила выйти из этого бизнеса позже, было бы уже слишком поздно; лучше было действовать сейчас, пока ещё можно было уйти, и поспешно «уйти» из этого рынка.

На самом деле такие мировые компании, как «Сименс» и RCA, одна за другой отказывались от производства мэйнфреймов. Обширный американский рынок был практически полностью захвачен IBM. Для рынка такого масштаба вполне достаточно одного сильного и влиятельного игрока, не го-

вора уже о таком небольшом рынке, как японский.

Семь компаний, включая Fujitsu, Hitachi и Hitachi Electric, спешат занять позиции на этом рынке; все они вложили значительные средства, фактически поставив на карту судьбу всей компании. В этой конкурентной борьбе Panasonic, возможно, одержит победу, а, возможно, и уйдет в небытие. Взвесив все «за» и «против», Panasonic наконец приняла решение о выходе из рынка.

После инвестирования самое сложное — это отступление. Но если не суметь смело принять решение об отступлении, а лишь слепо идти на риск без каких-либо принципов, это может обернуться смертельным ударом. Панасоник смело осуществил отступление, которое большинство людей не смогли бы понять, что свидетельствует о его дальновидности, превосходящей других, и о том, что он по праву является одной из ведущих фигур японского делового мира.

Поэтому, рискуя ради больших денег, необходимо обращать внимание на следующие моменты:

(1) При рискованных инвестициях, помимо доходности, необходимо оценивать степень риска. Если риск слишком велик или присутствует непредсказуемость, к инвестициям следует подходить с осторожностью.

(2) Проведите собственную оценку рисков, предусмотрите все возможные сценарии и определите, сможете ли вы выдержать последствия неблагоприятного развития событий.

(3) При инвестировании не стоит ставить все на одну кар-

ту — не кладите все яйца в одну корзину, а инвестируйте разумно и сбалансированно.

(4) Лучшая защита — это нападение; секрет успешного инвестирования заключается в том, чтобы избегать ошибок, которых можно избежать.

8. Риски можно избежать

Ведение бизнеса неизбежно сопряжено с риском, но риск означает и возможность: чем он выше, тем больше шансов добиться большого успеха. Мужчина, стремящийся добиться успеха в бизнесе, должен быть психологически готов к риску.

Конечно, риски не являются неизбежными: если тщательно подготовиться заранее, продумать все возможные проблемы и своевременно разработать меры противодействия, то риск можно превратить в возможность. Давайте посмотрим, как китайский эмигрант в США Тан Чжуньин превратил риск в возможность:

Тан Чжуньин, китаец, проживающий в США, родился в Шанхае, в начале 1950 года уехал в Гонконг, а затем отправился на учебу в Великобританию. В 1954 году Тан Чжуньин устроился продавцом в одну из сталелитейных компаний, и с тех пор его жизнь неразрывно связана с американской сталелитейной промышленностью. После нескольких десятилетий упорного труда Тан Чжуньин добился целой серии блестящих успехов.

В 1980 году он приобрел сталелитейный завод «Макросс»,

занимавший 11-е место среди сталелитейных заводов США, а в 1981 году владел уже 20 предприятиями, связанными со сталелитейной отраслью, по всей стране. Компании, которыми управлял Тан Чжунъин, вошли в число частных предприятий с активами более 1 миллиарда долларов.

Секрет успеха Тан Чжунъина в управлении и ведении бизнеса заключался в его готовности идти на риск и делать то, на что другие не решались, а также в его смелости, внимательности, умении действовать по обстоятельствам и уникальной способности превращать риски в возможности.

В таком высококонкурентном обществе, как США, конкуренция в деловой среде особенно остра: бизнес — это поле битвы, и здесь нет так называемого «безопасного» бизнеса. История предпринимательской деятельности Тан Чжуни-на показывает, что он действительно мастер, способный рисковать и не боящийся вкладывать огромные средства в покупку обанкротившихся компаний и заводов. За огромными достижениями Тан Чжунина в бизнесе, независимо от того, насколько велика в них доля риска, за этим смелым стилем работы, несомненно, скрывается тщательное планирование. Этот авантюрист ни в коем случае не был одним из тех, кто действует бездумно, опрометчиво и без плана, беспорядочно метаясь из стороны в сторону.

В 1982 году в промышленности США наступил серьёзный спад: объем производства сырой стали резко сократился и составил всего 65,7 млн тонн, что на 40 % меньше, чем в

1981 году; совокупный убыток семи крупнейших американских металлургических компаний за первые девять месяцев 1982 года превысил 1 млрд долларов.

Занимавшая седьмое место в мире американская компания «Бетельхем Стил» из-за огромных убытков была вынуждена в конце 1982 года объявить о постоянном закрытии двух филиалов, расположенных в Лакаване (штат Нью-Йорк) и Джонстоне (штат Пенсильвания); этот шаг лишил работы почти 10 тысяч рабочих. Еще более серьезным было то, что принадлежащий «Бетельхем Стил» сталелитейный завод «Макросс» за один квартал понес убытки в размере 100 миллионов долларов. Убытки были настолько огромны, что, несмотря на все усилия, завод «Макросс» не смог спастись, будущее крупного металлургического предприятия оказалось неопределенным, а более 4 000 сотрудников стояли перед перспективой потери работы. В этой ситуации Тан Чжуньин, тщательно проанализировав ситуацию, рискнул и купил этот сталелитейный завод. Этот шаг, который в то время считался невероятной авантюрой, впоследствии принес ему огромную прибыль.

Тан Чжуньин не только осмелился рискнуть и приобрести завод, находившийся на грани банкротства, но и проявил себя как талантливый управленческий деятель, сумев превратить убыточный завод в прибыльное предприятие, а затем продать его по высокой цене, чтобы осуществить ещё более крупные инвестиции. О таком стиле управления Та-

на Чжуньина, который умел и приобретать, и продавать, его друг Уильям Марк однажды сказал: «Тан Чжуньин всегда покупает компании на похоронах, а продает их на свадьбах». Эти слова одновременно правдивы и остроумны, однако именно в этом цикле покупок и продаж заключались превосходящие обычных людей деловая мудрость и смелость Тана Чжуньина.

Каждый раз, приобретая компанию, находящуюся на грани банкротства, Тан Чжуньин получал в банке соответствующий кредит, используя первую компанию в качестве залога, а затем получал кредит на покупку второй компании; затем он использовал вторую компанию в качестве залога для получения кредита на покупку третьей компании... Такое непрерывное развитие в конечном итоге позволило Тан Чжуньину стать владельцем 20 предприятий, связанных с металлургией, и войти в число американских предпринимателей-металлургов.

В 1964 году Тан Чжуньин основал свою первую собственную сталелитейную компанию. Обладая духом авантюризма, Тан Чжуньин не остановился на достигнутом, превратившись из рядового сотрудника в владельца бизнеса: в 1970 году он один за другим приобрел множество обанкротившихся компаний, и с тех пор предприятия, которыми он управлял, вступили в новый период бурного развития; к 1980-м годам он уже добился значительных успехов.

Если бы у Тана Чжуньина не было духа риска, он не смог

бы за несколько лет так быстро войти в число крупнейших частных предприятий США. Его успех наглядно демонстрирует роль расчёта и риска в деловой деятельности.

Смелость идти на риск и решительность — важные черты характера сильных личностей, а также основные черты успешного предпринимателя. Новаторская деятельность всегда сопряжена с риском, и только предприниматель, готовый рисковать, способен без страха смотреть в глаза опасности, смело прокладывать новые пути и стремиться к целям, недоступным для обычных людей, — только тогда он сможет достичь того, чего обычные люди никогда не смогут достичь.

Предприниматель, робкий перед лицом риска, не осмеливается делать то, чего не делали до него, не осмеливается взбираться на вершины, на которые никто до него не поднимался, и, конечно же, не испытает ни острых ощущений от риска, ни радости успеха; в результате он навсегда останется ни с чем и даже может быть отвергнут эпохой.

Каждый шаг в развитии Тан Чжунъяна был воплощением рискованной возможности. Риск — это то, с чем никому из нас не хочется сталкиваться, но нужно понимать, что все возможности таятся именно в риске. Если в бизнесе отказываться от дел из-за нежелания рисковать, то вы никогда не найдете никаких возможностей. Только мужчина, который смел рисковать и умел это делать, способен добиться успеха в кратчайшие сроки и взобраться на вершину богатства и успеха.

Глава 2.

Мужчины, умеющие плести сеть межличностных отношений, зарабатывают больше всех

Мужчины, умеющие вести бизнес, знают о важности межличностных отношений. Суть бизнеса заключается в том, чтобы продать свой товар тем, кто в нём нуждается, поэтому ведение бизнеса — это постоянное общение с другими людьми, а налаживание и развитие различных сетей межличностных связей становится для бизнесменов чрезвычайно важным «обязательным предметом». Успех в изучении этого предмета напрямую зависит от масштабов ваших деловых достижений.

1. Сознательно создавайте свою сеть контактов

Наличие хорошей сети межличностных связей — это то, о чём мечтает каждый мужчина, действующий в деловом мире, но такая сеть не «бросится вам в объятия» сама по себе и не сформируется автоматически. Чтобы она стала прочной и совершенной, чтобы превратиться в ваш самый действенный инструмент для привлечения богатства со всего мира, вам нужно целенаправленно развивать и тщательно выстраивать эту сеть.

После того как Лю Бан, основатель династии Хань, установил мир во всей стране, на банкете в честь победы в Лояне он сказал следующие слова: «В том, что касается разработки стратегии в штабе и принятия решений, приносящих победу за тысячи ли, я уступаю Чжан Ляну; в том, что касает-

ся управления государством, заботы о народе, обеспечения продовольствием и поддержания снабжения, я уступаю Сяо Хэ; в том, что касается командования миллионной армией, неизменных побед в сражениях и взятия всех осаждаемых городов, я уступаю Хань Сину. Все эти трое — выдающиеся люди. Я умею ими пользоваться — вот почему я завоевал империю. У Сян Юя был Фань Цзэн, но он не сумел его использовать — вот почему я его пленил».

Лю Бан все же обладал достаточной самооценкой: он знал, что не является универсальным талантом и во многих отношениях уступает своим подчинённым. Он смог победить непобедимого «Властелина Чу» Сян Юя и объединить под своей властью всю страну именно потому, что широко использовал людей, превосходивших его по способностям в определённых областях. И именно в этом Лю Бан проявил те качества и способности, которые наиболее достойны похвалы у полководца.

Так обстоит дело в завоевании мира, и точно так же обстоит дело в ведении любого другого дела.

Карнеги, прозванный «королём американской сталелитейной промышленности», однажды сказал: «Вы можете отобрать у меня все заводы, оборудование, рынки и капитал. Но если оставить мою организацию и моих сотрудников, то через несколько лет я по-прежнему буду королём сталелитейной промышленности».

Слова Карнеги отражают самоанализ крупных капитали-

стов в области управленческой мысли, а именно их осознание того, что человеческий фактор является самым важным.

После смерти Карнеги на его надгробной плите высекли следующее короткое стихотворение:

Здесь покоится человек, чьим главным талантом было умение объединять в управленческую структуру, работающую на него, людей, превосходящих его самого.

В этих известных личностях мы наиболее ярко видим одно выдающееся качество: сверхчеловеческие коммуникативные навыки. Умение заводить друзей, создавать эффективный круг общения, обращаться за советом к старшим — все это является базовыми профессиональными навыками для каждого человека. Вы должны естественно и гармонично взаимодействовать с представителями доминирующей культуры, с уверенностью участвовать в общественных мероприятиях, принимать дружеское отношение окружающих и, что самое важное, проявлять доброжелательность по отношению к другим. Многие жалуются на отсутствие возможностей, но на самом деле у них их предостаточно — нужно лишь уметь находить их в окружающей среде и в разнообразном потенциале, в способностях, ценнее алмазов.

Многие считают, что 75 % пользы от обучения по программе МВА заключается в возможности создать мощную сеть межличностных связей, поскольку сокурсники во время обучения — это в основном влиятельные и играющие решающую роль личности, лидеры в своих отраслях. Эти связи

— бесценное богатство; в будущем они могут добиться ещё большего успеха, что, в свою очередь, поможет вашей карьере. Обучение по программе МВА в своей стране позволяет создать практическую сеть контактов; обучение за рубежом дает возможность обрести однокурсников по всему миру, что поможет накопить мощные ресурсы для будущей работы в сферах с высоким уровнем глобализации, таких как банковское дело и инвестиции. Одной из важнейших функций обучения по программе МВА является знакомство с «лучшими из лучших» — элита вашей отрасли, возможно, сидит прямо в вашей аудитории, что позволяет создать широкую и глубокую сеть контактов; однокурсники и выпускники станут опорой для вашего будущего бизнеса. В этом заключается главная привлекательность МВА в престижных университетах: сеть контактов мирового уровня — это богатство, которое не купишь ни за какие деньги. Без поддержки этих связей ценность МВА значительно снизится.

Многие, ознакомившись со списком участников тренингов в бизнес-школах, удивляются: подавляющее большинство из них — их деловые партнеры или потенциальные партнеры, и возможность учиться вместе приносит каждому неоценимую пользу. С другой стороны, крупные компании также очень заинтересованы в поддержании хороших взаимовыгодных отношений с клиентами, а ресурсы выпускников представляют собой потенциальное богатство. Все больше предприятий начинают уделять внимание межличност-

ному эффекту образования МВА. Все больше компаний не жалеют значительных средств на создание собственной «сети контактов».

Некоторые компании, спонсирующие бизнес-школы, оплачивают преподавателей, а многие слушатели курсов учатся бесплатно. Их целевая аудитория — руководители среднего и высшего звена, поскольку компании наиболее заинтересованы в том, чтобы в таком образовании участвовали те, кто может оказать наибольшее влияние на развитие предприятия. Выпускники представляют собой межличностный ресурс, а любой ресурс не может быть бесплатным. Но что будет означать для компании наличие этой надёжной и эффективной сети связей? В Школе менеджмента Гуанхуа Пекинского университета в настоящее время действуют шесть групп ЕМВА, три из которых финансируются компанией Nokia. Среди слушателей групп ЕМВА, организованных совместно Школой менеджмента Гуанхуа и компанией Nokia, преобладают представители телекоммуникационных операторов и высокопоставленные государственные чиновники — все они являются ключевыми фигурами, способными влиять на бизнес компании. Поэтому некоторые говорят, что Nokia действует по принципу «Сян Чжан танцует с мечом, но цель — в Пе Гоне». В группах ЕМВА собирается элита управленческого сообщества из Китая и других стран; в процессе совместного обучения между ними естественным образом устанавливаются очень прочные отношения между

однокурсниками, что для компании является одним из мощных инструментов развития.

Хорошие связи являются движущей силой развития предприятия, а также катализатором карьеры каждого успешного мужчины. Мужчина, сражающийся в бизнес-океане, должен досконально понять эту тайну.

2. В бизнесе нужно уметь инвестировать в «бизнес, основанный на личных связях»

Человек — существо, наделенное чувствами, и никому не удастся избежать влияния «чувств». Несмотря на то, что в деловом мире издавна бытует поговорка «деньги важнее людей», «бизнес, основанный на личных связях», никогда не исчезал. Птица может погибнуть ради пищи, а человек — поддаться силе чувств. Большинство мужчин, добившихся успеха в бизнесе, умеют вкладывать средства в «бизнес, основанный на личных связях», плетя собственную сеть межличностных отношений; только такие мужчины могут с легкостью ориентироваться в деловом мире.

Говоря проще, инвестирование в «бизнес, основанный на личных связях» означает наличие дополнительного уровня взаимопонимания и общения за пределами бизнеса, а также проявление большей заботы и готовности помочь в вопросах человеческих отношений. Даже в случае неблагоприятных обстоятельств стороны способны проявить взаимное понимание: «бизнес может не состояться, но отношения останутся».

Такая ситуация часто проявляется по-разному. Один из вариантов складывается естественным образом. Вы встречаете в деловой среде человека, с которым у вас есть взаимная симпатия, у вас складывается успешное сотрудничество, и отношения естественным образом становятся гармоничными — это те люди, о которых мы часто говорим как о «судьбоносных». Где есть судьба, там естественно возникают чувства, и когда отношения хорошие, взаимная поддержка не составляет труда. Вопрос заключается в том, как защитить и сохранить такие отношения, продолжать их беречь и укреплять, чтобы они длились долго.

Как гласит пословица: дома полагаешься на родителей, а вдали от дома — на друзей. Занимаясь бизнесом вдали от дома, приходится вести «бизнес на основе личных связей», и только удачно ведя этот бизнес, можно сплести прочную сеть межличностных отношений.

Чжан Синьген — владелец магазина письменных принадлежностей в Ханчжоу. В 1999 году, когда он начинал свой бизнес в Ханчжоу, он находился в крайне затруднительном положении. То был самый мрачный период в его жизни. Дела шли так плохо, что он не мог себе позволить купить угольные брикеты и был вынужден сам собирать дрова, чтобы готовить еду. Но даже несмотря на это, он не сдался, а часто посещал различные галереи и художественные вузы Ханчжоу, при любой возможности показывая людям свои кисти. Именно тогда, когда он повсюду наталкивался на препятствия и был в

полном отчаянии, появился человек, изменивший его судьбу.

Однажды Чжан Синьген посещал одну из галерей, и в тот же момент туда заглянул Чжоу Вэньцин, в то время занимавший должность заместителя директора Ханчжоуской академии живописи. Увидев в Чжоу Вэньцине человека с необыкновенным шармом, Чжан Синьген достал одну из своих лучших кистей, чтобы подарить ему. Чжоу Вэньцин, увидев кисть, был очень удивлен. Эта случайная встреча пробудила у Чжоу Вэньцина глубокий интерес к кистям Чжан Синьгена, и, общаясь через искусство, они завязали крепкую дружбу, исследуя вместе секреты кисти. Чтобы больше людей узнали о его кистях, Чжоу Вэньцин решил помочь ему организовать выставку-продажу кистей и бесплатно предоставил для этого помещение. Благодаря этой выставке Чжан Синьген познакомился с другими друзьями из Академии живописи. Кроме того, они помогли ему решить проблему долгов, которые он накопил за долгие годы. Погасив долги, Чжан Синьген почувствовал облегчение. Со временем, благодаря взаимным рекомендациям художников и покупателей, его магазин кистей в Ханчжоу постепенно стал известен.

Вскоре Чжан Синьген открыл свой магазин кистей в укромном уголке на втором этаже малопосещаемого рынка товаров для творчества. Несмотря на неживую атмосферу, у Чжан Синьгена была своя цель. Любители кистей — это, как правило, литераторы и художники, которые не любят шум-

ных мест; каллиграфы и художники, заглянув сюда, сразу почувствуют изысканность обстановки и простор помещений. Иногда он часто давал покупателям возможность опробовать кисти: в шумной обстановке это было невозможно, а в тихом месте ничто не отвлекало его от мыслей, и он мог по-настоящему оценить качество кисти. Дела Чжана Синьгена со временем стали процветать: сегодня он владеет двумя магазинами кистей и одной фабрикой, ежегодно производит и продает 40–50 тысяч кистей, став довольно известным в Ханчжоу «культурным магнатом».

На самом деле, в бизнесе и инвестициях речь идет о «судьбе»: люди могут сразу найти общий язык, но поддерживать долгосрочные отношения, основанные на взаимном доверии и заботе, не так просто, и успешному мужчине по-прежнему необходимо постоянно «инвестировать в отношения». Особенно в деловой среде, где каждый преследует свои интересы, в общении с людьми нельзя не проявлять осторожность, поэтому очень легко возникнуть взаимные подозрения. В любовных отношениях самый любимый человек часто становится самым ненавистным, и это явление нередко встречается и в деловом мире. Самые яростные соперники зачастую бывают бывшими самыми близкими партнерами. Причины, по которым они становятся врагами, вряд ли кто-то сможет точно объяснить; остаются лишь взаимные обвинения и обиды.

Дойти до такого — это результат того, что некоторые муж-

чины пренебрегают «бизнесом на человеческих отношениях» или даже вовсе забывают об этом.

Многие мужчины в деловой среде страдают этим недостатком: как только отношения налаживаются, они перестают чувствовать ответственность за их сохранение и часто упускают из виду мелкие детали в отношениях. Например, не сообщают информацию, которую следовало бы сообщить, не объясняют ситуацию, которую следовало бы объяснить, постоянно думая: «Всё равно у нас хорошие отношения, объяснять или не объяснять — не имеет значения». В результате, с течением времени накапливаются проблемы, которые трудно разрешить. Еще хуже то, что после установления хороших отношений люди всегда предъявляют к другой стороне все более высокие требования, считая, что доброта по отношению к ним — это само собой разумеющееся (ведь у нас хорошие отношения); однако при малейшей небрежности или невнимательности сразу же появляются жалобы («Как так можно? Если бы это был кто-то другой, я бы еще простил, но мы же друзья»). Таким образом легко возникает замкнутый круг, который в конечном итоге наносит ущерб отношениям обеих сторон.

Очевидно, что в «бизнес-отношениях, основанных на личных связях» следует инвестировать на постоянной основе. Они необходимы в деловом общении, а также в любое другое время и в любом месте. Личные связи — это как «соль» в межличностных отношениях: без них всё становит-

ся пресным и безвкусным, не говоря уже о том, чтобы иметь много друзей. Успешный мужчина должен уметь поддерживать такие отношения в меру, только так его карьера будет развиваться более гладко.

3. В деловой среде небольшие подарки могут сыграть большую роль

Мужчине, занимающемуся бизнесом, очень важно при необходимости дарить подарки, чтобы укреплять дружеские отношения. Древние говорили: «На тысячу ли посылают гусяное перо — подарок невелик, но значения велики». Видно, что даже небольшой подарок, если он выбран удачно, может углубить дружеские отношения и облегчить ведение дел. Мужчинам в деловой среде следует помнить: если они хотят сплести прочную сеть межличностных связей, нельзя пренебрегать искусством дарить подарки.

Мужчине невозможно добиться успеха в карьере без связей, а для установления и поддержания этих связей невозможно обойтись без «подарков». Сегодня мы рассмотрим, как один из лучших в мире мастеров продаж Джо Гиллард добивался максимальной эффективности подарков в деловой среде.

Подарки Джо Гилларда отличаются оригинальностью и душевностью.

Иногда Джо Гиллард торжественно дарил клиентам маленький значок с изображением бейсбольного мяча, на котором было выгравировано: «Я люблю тебя!» Он также да-

рил своим клиентам игрушечные воздушные шары в форме сердца и говорил: «Вам нравится работать с Гиллардом, верно?»

Большинство людей любят, когда к их детям относятся дружелюбно, поэтому Джо обычно ложился на пол и говорил малышу: «Малыш, как тебя зовут? Привет, Джонни. Ты наверняка хороший мальчик, да? Ой! Какая у тебя красивая сорочка в ручках!» Затем Джо предлагал Джонни вместе с ним ползти обратно к месту, а его родители всё это наблюдали со стороны! «Джонни, у меня для тебя есть несколько маленьких подарков, угадай, что это?» — говорил Джо и доставал из сумки на сиденье целую кучу леденцов. При этом он по-прежнему стоял на коленях на полу, подвёл Джонни к хозяйке и сказал: «Джонни, вот этот — тебе; остальные — маме, хорошо? Смотри, здесь ещё есть воздушные шарики, пусть папа их для тебя присмотрит, хорошо? Ты такой послушный и хороший мальчик. Ладно, мне нужно поговорить с твоими папой и мамой». На протяжении всего этого процесса Джирард оставался на коленях — это был его подарок в знак благодарности, а также один из его методов продвижения товаров. Очевидно, как клиент может сказать «нет» человеку, который готов вместе с его ребенком опуститься на колени и поиграть?

Клиент, возможно, захочет покурить, но, пощупав карман, обнаружит, что сигареты уже закончились.

«Подождите минутку», — скажет Жирар и быстро доста-

нет из своего чемодана сигареты десяти разных марок, — «Какие вы предпочитаете?»

«Буду Малборо».

«Хорошо, пожалуйста», — отвечал Джирард, открывал пачку «Мальборо», протягивал ему сигарету, зажигал её, а остальные запихивал ему в карман.

«Джо, спасибо тебе огромное! Я у тебя в огромном долгу».

«Не говори так, ни в коем случае», — отвечал Джо.

Но что же на самом деле сделал Джирард? Джирард просто заставил потенциального клиента почувствовать, что он у него в долгу!

На самом деле, по сравнению с тем, что делают богачи, небольшие подарки Жирара — просто капля в море. Например, некоторые богачи тратят целые состояния только ради билета на Суперкубок или чемпионат по боксу! Пожалуй, самым щедрым примером являются владельцы казино в Лас-Вегасе. Какие подарки они дарят? Билеты в оба конца в первом классе; комплекты элитной роскошной одежды; ужины с блюдами, от которых просто дух захватывает. Одним словом, гости получают всё, что только пожелают. Они относятся к дарению подарков как к «науке» и подходят к этому с полной серьёзностью. А гости, чувствуя себя уважаемыми и почётными, естественно, готовы потратить деньги на покупку огромного количества фишек и с большим энтузиазмом бросают кости. С другой стороны, казино зарабатывает на

гостях в разы больше, чем тратит.

Как правило, подарки в знак уважения должны быть относительно недорогими, иначе ваш деловой партнер может посчитать, что получает взятку. Слишком дорогой подарок может вызвать у делового партнера подозрение, что его пытаются подкупить.

Небольшие подарки в деловых отношениях позволяют собеседнику почувствовать теплоту и искренность, наполняют деловые отношения человеческим теплом, а если подарить их в нужный момент, могут принести мужчинам в деловом мире неожиданные выгоды.

4. Проявите немного «хитрости» и проявите инициативу в установлении контактов с крупными руководителями

В бизнесе, конечно же, чем больше крупных руководителей вы знаете и чем глубже ваши отношения с ними, тем больше у вас шансов получить от них ценные советы и поддержку, которые помогут вам заработать большие деньги, и тем выше будет вероятность вашего успеха.

С успешными крупными боссами обычным людям бывает довольно сложно встретиться, а получить от них советы и помощь — это то, о чём мечтает каждый мужчина, чья карьера ещё не достигла высот. У второго в мире по богатству человека, Уоррена Баффета, известного как «бог акций», есть такой способ заработка: если вы готовы заплатить 420 тысяч долларов, вы сможете поужинать с этим легендарным миллиардером и пообщаться с ним несколько часов, получив его

советы и ответы на свои вопросы. Потратить несколько сотен тысяч долларов, чтобы немного поболтать с человеком — такая невероятная вещь, и тем не менее, оказывается, есть люди, готовые на это пойти.

Очевидно, что возможность получить «наставничество» от крупного бизнесмена — мечта каждого предпринимателя. Конечно, нам, обычным людям, не по карману потратить несколько миллионов юаней на беседу с Баффетом, но в нашем окружении тоже немало успешных людей, которые остаются для нас примером для подражания.

Способность получить поддержку от других — одно из условий успеха в карьере. Поскольку крупные бизнесмены уже добились успеха в своей сфере, их помощь позволит вам избежать многих препятствий и изгибов на пути к цели и ускорит развитие вашего дела. Ниже приведены несколько распространенных способов налаживания отношений с руководителями:

1. Необходимо понимать, как устроены отношения на основе реальных возможностей

Руководителям крупных компаний или известным бизнесменам очень трудно встретиться с обычными руководителями, однако возможность сотрудничать с ними или подружиться с ними — это настоящая честь и большая ценность, ведь благодаря им вы расширите свой кругозор и узнаете многое, чего не узнали бы в обычных условиях.

Чтобы наладить отношения с крупным руководителем, в

первую очередь необходимо разобраться в его связях.

Крупный руководитель — тоже человек, а не бог: у него есть разнообразные социальные связи, он занимается разными видами бизнеса, а также имеет свои увлечения и особенности характера. В частности, современные СМИ часто освещают жизнь крупных руководителей, и из этих материалов вы наверняка сможете почерпнуть некоторую информацию.

У всех людей есть разнообразные социальные связи, и крупные бизнесмены не исключение. Вы можете познакомиться с ним через его историю: его прошлое, его опыт, его предков; а также узнать и понять его через его родственников, друзей и детей.

Познакомиться с крупным предпринимателем через его бизнес — тоже хороший способ. Каковы основные и второстепенные направления его деятельности, где расположены его филиалы и дочерние компании, кто руководит этими компаниями, как часто он посещает филиалы и дочерние компании и т. д.

Можно также узнать о крупном предпринимателе по его увлечениям. Какими видами спорта он увлекается, какие предметы ему нравятся, какие люди с каким характером ему по душе, какие мероприятия он любит посещать или в каких часто участвует, как он проводит свободное время и развлекается и т. д.

Одним словом, если у вас нет возможности познакомиться с крупным руководителем, попробуйте изучить его с

помощью вышеперечисленных аспектов — вы обязательно найдете подходящий повод.

2. Создание атмосферы первой встречи

Когда вы обнаружите или создадите возможность встретиться с крупным руководителем, самое важное — это создать особую атмосферу встречи. Ведь среди множества людей вы, возможно, всего лишь один из многих, и, кто знает, может быть, вам даже не удастся заговорить с ним.

При выборе места обязательно выбирайте место как можно ближе к крупному руководителю, чтобы он мог вас заметить и вы могли завязать контакт при первой же возможности.

В то же время, одеждой нужно подчеркнуть свою индивидуальность, ведь при первом знакомстве люди часто формируют первое впечатление именно по внешнему виду. Одежда должна отражать вашу индивидуальность и особенности, чтобы вас можно было сразу распознать.

Необходимо затронуть темы, которые волнуют крупного руководителя; как можно скорее выяснить, что его интересует, подобрать подходящие темы, привлечь его внимание и пробудить интерес к себе. Высказывания должны быть лаконичными и оригинальными, чтобы произвести на собеседника сильное впечатление и оставить глубокое первое впечатление.

3. Как завоевать расположение крупного руководителя

Умелое демонстрация своих способностей — важный способ завоевать расположение крупного руководителя. Крупные руководители, как правило, ценят и любят талантливых людей. Если вы постоянно выражаете согласие с его мнением и не осмеливаетесь высказывать собственные уникальные взгляды, он будет испытывать к вам неприязнь. Поэтому умелое проявление своих уникальных способностей поможет вам завоевать расположение крупного руководителя. Конечно, не следует проявлять себя слишком напористо, чтобы собеседник с первого взгляда не почувствовал, что вы пытаетесь затмить его.

Оригинальные подарки — важный способ укрепить эмоциональную связь с руководителем. Они должны учитывать конкретную ситуацию и не быть шаблонными; не стоит поручать их выбор другим людям. Конечно, не всегда дорогой подарок — это хороший подарок; если вы решаете сделать подарок, он должен быть именно тем, что ему особенно понравится. В то же время и способ вручения должен быть оригинальным: упаковка и церемония вручения должны выглядеть неординарно. Иногда можно попросить его супругу вручить подарок от вашего имени — возможно, это даст особенно хороший эффект.

Письма — отличный способ обмена мыслями и укрепления эмоциональной связи. С развитием телекоммуникаций и компьютерных технологий многие люди общаются по телефону, мобильному телефону или через компьютер, и все

реже можно увидеть переписку в виде писем. На самом деле каждый человек мечтает о друге, который мог бы поговорить с ним наедине, и письмо — лучший способ для этого. В письме вам не нужно слишком много стесняться — откройте свое сердце и пообщайтесь с ним! Возможно, вы потратите всего несколько минут, но это будет равносильно нескольким часам общения с ним. Ведь письмо оставляет огромное пространство для воображения. Конечно, следует обратить внимание на то, чтобы почерк в письме не был слишком неразборчивым, а также не использовать печатный текст, иначе это может показаться неискренним.

«Хороший ветер помогает взлететь до небес»: то, чего ты добился тяжелым трудом за долгое время, может быть реализовано одним словом крупного руководителя. Поэтому тебе следует воспользоваться возможностью и в подходящий момент попросить начальника оказать тебе поддержку на пути к успеху — ты извлечешь из этого огромную пользу.

5. Друзья — самое важное звено в сети межличностных отношений

В деловом мире каждый отсутствующий конкурент — это на одну долю меньше вероятности провала, а каждый новый друг — на одну долю больше надежды на прибыль. Ценить друзей, уметь использовать их и тщательно плести эту широкую сеть межличностных связей — это то, что должен делать практически каждый успешный бизнесмен.

Использование дружеских связей для достижения успе-

ха в бизнесе — явление, которое нередко встречается как в древности, так и в наши дни, как в Китае, так и за рубежом. Легендарный американский магнат Трамп — один из мастеров в этом деле.

Сразу после окончания университета Трамп устроился в компанию по недвижимости, основанную его отцом. Каждое лето в течение четырёх лет обучения в университете он помогал отцу управлять бизнесом, но не хотел оставаться в Квинсе, где круг общения был слишком узок. Он сам перебрался в оживлённый Манхэттен, стал активно расширять круг знакомств и познакомился со многими богатыми и влиятельными людьми из высших кругов общества, что оказало огромную помощь в его дальнейшем развитии карьеры в сфере недвижимости.

В 1974 году компания «Pennsylvania Central Railroad» в районе Манхэттен объявила о банкротстве, и Трамп немедленно приобрел эту недвижимость, предложив правительству построить на этом месте «Городской конференц-центр»; одобрение от правительства Нью-Йорка он получил только в 1978 году. Трамп, не останавливаясь на достигнутом, потребовал от городских властей назвать этот конференц-центр «Трамп», но получил отказ.

В 1975 году Трамп за 1 миллион долларов купил обветшалую гостиницу, расположенную рядом с Центральным вокзалом Нью-Йорка. После пяти лет подготовки ему наконец удалось убедить городские власти предоставить 40-летнюю

льготу по налогам и без проблем оформить кредит. Он лично курировал работы по реконструкции, и завершённый в 1980 году «Отель Hyatt» стал важной вехой в карьере Трампа в сфере недвижимости. Он привлек известного архитектора, заплатив ему огромные деньги, чтобы тот разработал новаторский и привлекательный облик отеля, что привлекло непрерывный поток гостей; отель процветает и по сей день. Успех «Отеля Hyatt» продемонстрировал непревзойденный предпринимательский талант Трампа, и в возрасте всего 34 лет он уже был довольно известен в Нью-Йорке.

Вскоре после этого он вложил 200 миллионов долларов в строительство «Трампа-Тауэр» в деловом районе Манхэттена в Нью-Йорке. Это 68-этажное многофункциональное коммерческое здание, предлагающее людям с высоким доходом просторные офисы, бутики и роскошные апартаменты, привлекло бесчисленное количество долгосрочных арендаторов, благодаря чему Трамп заработал огромные деньги и продолжил подниматься к еще более амбициозным вершинам.

Трамп постепенно расширил сферу своих инвестиций за пределы недвижимости, открыв казино, занявшись судоходством, возглавив профессиональную футбольную команду и спонсируя профессиональные боксерские матчи.

Благодаря кругу друзей, наработанному за долгие годы в политических и экономических кругах, Трамп с лёгкостью расширял свои кредитные возможности, а его инвестиции

становились всё более масштабными. Он высокомерно использовал имя «Трампу» в качестве гарантии, и несколько банков даже были готовы в любой момент предоставить ему кредиты на сумму в десятки миллионов долларов.

Подобно Трампу, председатель совета директоров «New World Group» Ван Цзин также сумела построить свою блестящую карьеру, опираясь на сеть дружеских связей.

Председатель совета директоров группы «New Continent» Ван Цзин, когда-то удостоенная звания одной из десяти самых влиятельных женщин страны, не так известна, как другие звезды делового мира. В книге, изданной в период расцвета компании «Шида», Ван Цзин фигурирует как одна из основателей. Она была единственной женщиной среди основателей и не имела ни малейшего представления о POS-терминалах, которыми в то время занималась «Шида», но при этом начала создавать для компании платформу по связям с общественностью и управлению персоналом.

К её радости, связи и опыт, накопленные ею в ходе этого процесса, сыграли чрезвычайно важную роль в её втором предпринимательском проекте после того, как она и первый президент «Шида» Ху Ган покинули компанию. В истории предпринимательства Ван Цзин всегда происходит много удивительных вещей, и всякий раз, когда она рассказывает об этих удивительных историях, она обязательно упоминает своих многочисленных друзей, особенно немца Тома, третьего по величине акционера «Нового континента», и их

совместный путь от зарождения до роста компании:

«В 1992 году мы с Томом познакомились благодаря совместному проекту и с тех пор стали хорошими друзьями. Когда мы только создавали «Новый континент», нам было совершенно невозможно получить банковский кредит, и именно Том ежегодно без процентов ссужал компании оборотные средства. Позже мы продали этому немецкому другу часть акций с премией в 2 юаня за акцию, и таким образом он стал акционером «Нового континента». За восемь лет существования «Нового континента» темпы роста компании ежегодно приближались к 100 %, и его инвестиции принесли отличную прибыль, чем он был очень доволен».

«Друзья всегда приходили мне на помощь, когда я в этом больше всего нуждался», — сказал Ван Цзин, вспоминая некоторые истории о выходе «Нового континента» на биржу в те годы. «Мы постоянно просили Министерство науки и технологий помочь нам рекомендовать „Новый континент“ Китайской комиссии по ценным бумагам и биржам. Позже, при активной поддержке Министерства науки и технологий, в общей сложности пять предприятий стали высокотехнологичными компаниями, получившими разрешение на пилотный выход на биржу в рамках программы «Двойные высокие стандарты»; «Новый континент» стал последней частной высокотехнологичной компанией, вышедшей на биржу в рамках этой квоты. В день слушаний мы встретились с экспертами Комитета по рассмотрению заявок на размещение цен-

ных бумаг в единой форме, что произвело на них очень глубокое впечатление; компания «Юйфо» не прошла отбор и вышла на биржу на два года позже нас».

«Друзья — это богатство всей моей жизни», — говорит Ван Цзин. В процессе создания компаний «Шида» и «Newland» подбор технических и управленческих кадров практически полностью осуществлялся ею: «Если бы я больше не занималась предпринимательством, я думаю, что стала бы отличным менеджером в рекрутинговой компании. Департамент кадров провинции Фуцзянь еще в те времена, когда я уходила из «Шида», настойчиво приглашал меня заняться этой работой».

На пути к успеху Ван Цзин сеть успешных друзей сыграла незаменимую роль. Имея мощную поддержку друзей, что же нельзя было бы осуществить?

6. Контакты — это источник богатства, а соперники — ваши потенциальные человеческие ресурсы

В войне побеждает тот, у кого больше хитростей, а в деловой войне преимущество имеет тот, у кого шире круг знакомств. В деловом мире есть известная поговорка: «Связи — это источник богатства». Обширные связи являются неотъемлемой частью успеха бизнесмена. В число этих связей входят не только ваши друзья — конкуренты также могут стать вашим человеческим ресурсом.

На одной из ярмарок вакансий была представлена небольшая компания, недавно основанная, но пользующаяся боль-

шой популярностью благодаря тому, что работала в одной из самых перспективных отраслей — телекоммуникациях, а ее основатель владел ключевыми технологиями, опережающими конкурентов, и сам генеральный директор имел значительный авторитет в деловых кругах. На вакансии претендовали сто человек, но в итоге в компанию приняли только троих. Большинство соискателей были отклонены. Когда эти люди уже собирались уходить, секретарь генерального директора остановила всех: «Спасибо вам за ваши усилия. Хотя на этот раз у нас не хватило вакансий для всех, мы знаем, что вы — очень талантливые молодые люди с огромным потенциалом. Сейчас мы предоставим вам информацию о вакансиях в других компаниях, которой располагаем, в надежде, что она вам поможет, и от всей души желаем вам достичь своих целей».

Все были потрясены: небольшая компания, только начинающая свой путь в бизнесе, проявила столь дальновидное видение! Причина заключалась в том, что остальные 97 человек, несомненно, устроятся на работу в разные компании. Если удастся поддерживать с ними хорошие отношения, это принесет огромную пользу собственной компании; кто знает, может быть, будущие конкуренты станут друзьями.

Один пенсионер рассказал такую историю: у него был очень хороший друг, с которым он дружил более тридцати лет и который до сих пор остаётся его самым близким товарищем. Оказалось, что они поступили на службу в одну и ту

же воинскую часть в один и тот же год: он тогда был выпускником военного училища, а его друг — самым обычным из обычных солдат. Позже обоих благодаря выдающимся служебным достижениям и талантам повысили до одинаковых должностей.

Еще позже в ведомстве возникла необходимость повысить одного из сотрудников, и оба стали наиболее вероятными кандидатами, а значит, и самыми сильными соперниками. Это были очень тонкие отношения: многие считали их естественными соперниками и полагали, что их отношения, несомненно, были очень плохими. Были и те, кто, преследуя свои корыстные цели, вставлял между ними слова, подрывающие единство и работу. Однако они оба стали самыми близкими друзьями и никогда не боролись за власть, славу и выгоду. Позже он перешел в другое ведомство и занял руководящую должность. Сначала он даже думал, что это действительно благодаря его выдающимся способностям. Оказалось, что все это было организовано его другом: тот, используя свои связи, рекомендовал его начальству, благодаря чему его карьера развивалась так гладко. К старости оба достигли успеха и ушли на покой, и пожилой человек еще больше осознал, что те хорошие дружеские отношения, которые он с таким трудом поддерживал в те годы, принесли ему огромную отдачу и душевное спокойствие.

В деловых кругах широко распространена поговорка: «Первоклассные специалисты больше всего ценят хорошие

отношения с людьми». На самом деле эту фразу следует перефразировать так: «Только тот, кто больше всего ценит хорошие отношения с людьми, может стать первоклассным специалистом». Действительно, отношения с людьми — это очень тонкая вещь. Каждое наше действие в этом мире, каждый человек, с которым мы вступаем в контакт — будь то влиятельная личность или простой человек — вполне может стать фактором, определяющим наш будущий успех или неудачу. В этом мире сплетена густая сеть человеческих связей, и каждый из нас живёт в одной из её ячеек, цепляясь за нити этой сети, чтобы наладить отношения со многими людьми. Если вам удастся установить хорошие межличностные отношения со стольким количеством людей, превратив их в друзей, помогающих вам в карьере, и клиентов, заботящихся о вас в бизнесе, то, верьте, ваша карьера обязательно будет очень успешной.

От конкурента до будущего делового партнера — это, возможно, всего лишь мгновение. Если правильно этим воспользоваться, это может стать ступенькой в вашей карьере, способствующей вашему постепенному продвижению; если же неправильно, то это станет камнем преткновения, из-за которого вы упадете и будете горько жаловаться. Поэтому уделять внимание конкурентам и правильно выстраивать с ними отношения — это то, о чём должен думать каждый мужчина, стремящийся к успеху в деловом мире.

7. Богатства мира достаются тем, кто умеет «ловить»

Богатства мира неисчерпаемы. Только тот, кто умеет «ловить», сможет получить гораздо больше, чем другие. Умелый «рыбак» должен скрывать свои намерения, тщательно обдумывать каждый шаг и использовать связи, чтобы построить для себя мост к успеху.

Если мужчина хочет обрести богатство, ему необходима мощная сеть связей, а процесс ее формирования в чем-то напоминает рыбалку.

Основные принципы рыбалки можно разделить на три этапа:

Во-первых, это приготовление наживки и закидывание крючка. Уже один только выбор или изготовление приманки требует чрезвычайно острой интуиции: например, необходимо выяснить, какую пищу предпочитает рыба, которую вы собираетесь ловить. В межличностном общении это означает понимание того, каким образом можно пробудить желание собеседника. Кроме того, рыбак должен уметь выбрать подходящее «водоем» и подходящий момент для заброса крючка, что также очень похоже на межличностное общение: мастера общения всегда выбирают подходящие обстоятельства и момент для установления контактов.

Во-вторых, при рыбалке нужно научиться «держатъ удочку». Во-первых, для этого необходимо терпение — нельзя, руководствуясь жадной быстрой выгодой, «сразу же после заброса крючка ждать, что рыба попадётся»; во-вторых, нужно сохранять хладнокровие: дать «рыбе» небольшую «нажив-

ку» ещё недостаточно, чтобы она попалась на крючок, ведь, возможно, собеседник просто проверяет, безопасно ли это. Мастера общения также умеют использовать те же методы для поддержания долгосрочных отношений.

Наконец, при рыбалке всегда приходится вытаскивать крючок — это самый решающий момент, ведь именно на этом этапе чаще всего случается, что «мясо, которое уже было у вас на языке, ускользает». Поэтому в этот момент необходимо сохранять полную скрытность: стоит лишь слегка выдать себя или проявить чрезмерную поспешность, как все усилия пойдут насмарку. А мастера межличностного общения умеют гибко регулировать интенсивность взаимодействия, чередуя напряжение и расслабление, чтобы максимально заинтриговать собеседника.

Помимо вышеупомянутых принципов, вам следует обратить внимание на такие стратегии межличностного общения, как «выкармливание пойманной мелкушки» и «удлинение лески», а также не пренебрегать повседневным вложением эмоциональных ресурсов в отношения с друзьями, коллегами и другими близкими людьми. Только так вы сможете постепенно стать мастером «рыбалки».

Тот, кто умеет закидывать длинную леску, чтобы поймать крупную рыбу, увидев, что она клюнула, никогда не спешит сматывать леску, поднимать удилище и вытаскивать рыбу на берег. Он сдерживает радость, не торопясь, несколько раз подтягивает леску и постепенно подтягивает рыбу к берегу.

Как только крупная рыба начинает сопротивляться, он снова ослабляет леску, позволяя рыбе несколько раз рвануться, а затем снова медленно подтягивает леску. Таким образом, то натягивая, то ослабляя леску, он дожидается, пока крупная рыба не истощит все силы и не перестанет сопротивляться, и только тогда подтягивает её к берегу. В межличностном общении вам, возможно, часто приходится обращаться к другим с просьбами; если же вы будете слишком настойчивы, собеседник, напротив, может сразу же отклонить вашу просьбу. В таких случаях лучший выход — терпеливо подождать. В межличностном общении мастера общения, использующие такую стратегию, встречаются повсеместно. Давайте рассмотрим приведенный ниже пример.

Председатель правления одной небольшой компании по имени Ван на протяжении долгого времени получал подряд на выполнение проектов крупных компаний и часто оказывал мелкие знаки внимания важным лицам в этих компаниях. Особенность стиля общения этого председателя заключалась в том, что он не только льстил влиятельным лицам в компаниях, но и радушно принимал молодых сотрудников.

Всем известно, что этот председатель действует не просто так. Заранее он всегда старается всеми способами провести всестороннее исследование и изучить образование, связи, профессиональные навыки и результаты работы каждого сотрудника крупной компании. Если он считает, что у этого человека большой потенциал и в будущем он станет клю-

чевой фигурой в компании, то, независимо от того, насколько молод этот человек, он оказывает ему искреннее гостеприимство. Таким образом, председатель готовится к получению большей выгоды в будущем. Он понимает, что из десяти человек, у которых есть долг благодарности перед ним, как минимум девять принесут ему неожиданную выгоду, и то, что он сейчас вкладывает с убытком, в будущем окупится с лихвой.

Поэтому, когда какой-то молодой сотрудник, на которого он положил глаз, получает повышение до начальника отдела, он немедленно спешит поздравить его и преподнести подарок. Молодой начальник отдела, естественно, глубоко тронут этим и неосознанно начинает испытывать чувство благодарности и желание отплатить за добро. А председатель правления Ван говорит: «То, что наша компания достигла сегодняшнего успеха, полностью благодаря поддержке вашей компании, поэтому я просто обязан выразить благодарность вашему отличному сотруднику».

Таким образом, когда однажды эти сотрудники будут повышены до важных должностей, таких как начальник отдела или менеджер, они всё ещё будут помнить о милости этого председателя совета директоров. Поэтому в период ожесточённой конкуренции, когда многие подрядчики закрывались или объявляли банкротство, компания этого председателя совета директоров по-прежнему процветала, и причина этого заключалась в том, что он всегда уделял внимание ин-

вестициям в межличностные отношения.

Если проанализировать стратегию межличностного общения этого председателя правления Ван, то действительно можно увидеть, что он — настоящий мастер «рыбалки». Из этого примера нетрудно понять: при поиске партнеров и друзей нужно иметь долгосрочную перспективу и уделять внимание целенаправленным долгосрочным инвестициям в отношения. В то же время, чтобы «закинуть длинную леску и поймать крупную рыбу», необходимо уметь распознавать таланты, чтобы в будущем не совершать ошибочных инвестиций и не тратить впустую своё время и средства.

Во Франции есть книга под названием «Необходимое для политика». В ней тем, кто стремится добиться успеха на государственной службе, рекомендуется, как минимум, собрать информацию о нескольких людях, которые в будущем с наибольшей вероятностью могут стать премьер-министром, выучить её наизусть, а затем регулярно навещать этих людей и поддерживать с ними хорошие отношения. Таким образом, когда кто-либо из них в конечном итоге станет премьер-министром, ему будет легче вспомнить о вас, и с большой вероятностью он предложит вам должность министра.

Современные люди живут в постоянной суете и не имеют времени на излишние светские контакты; со временем многие изначально прочные отношения ослабевают, а друзья постепенно отдаляются друг от друга — это стало весьма распространенным явлением. Как гласит пословица: «Кто в

обычное время палит ладан, тому в беде найдутся помощники», «В ясную погоду заведи друзей, а в дождливую — сможешь одолжить зонтик». Те, кто действительно умеет обращаться к людям за помощью, обладают дальновидным стратегическим мышлением: они готовятся заранее и предусматривают трудности, чтобы в случае необходимости получить неожиданную поддержку.

Получающий не задумывается, а «ловящий» действует сознательно: тот, кто умеет завязывать широкие связи, обязательно добьётся успеха.

8. Налаживание отношений со СМИ: навыки пиара, необходимые в бизнесе

Современное общество — это общество средств массовой информации, и взаимодействие с ними в бизнесе становится всё более частым. Установление хороших отношений со СМИ и использование их для продвижения себя или своей продукции стало распространённым приёмом среди предпринимателей, поэтому знание некоторых приёмов по налаживанию отношений со СМИ является крайне необходимым.

Как правило, предприниматели редко вступают в контакт с журналистами, но если ваш бизнес разрастётся или вы внесете выдающийся вклад, то к вам обязательно придут журналисты для интервью. Любой предприниматель, игнорирующий влияние телевидения, радио и газет на будущие события и свой общественный имидж, несомненно упускает луч-

шую возможность укрепить и расширить свой бизнес. Средства массовой информации могут помочь вам выделиться на фоне конкурентов, но они же могут в одно мгновение превратить какого-нибудь «нового богача» в соперника, к которому вам и вашим коллегам придется отнестись со всей серьезностью. Достаточно внимательно посмотреть программу «Фокус-интервью», чтобы понять: если вы попадете под прицел журналиста и он решит, что в следующий раз вам или вашей организации следует выставить в роли «главного злодея», то последствия могут быть плачевными. Поэтому любой предприниматель должен уделять большое внимание налаживанию отношений со СМИ. Так как же правильно взаимодействовать со СМИ?

1. Поймите, что у них, возможно, уже много дел

Только те, у кого мало опыта общения со СМИ, могут ожидать, что редакторы и журналисты отложат все свои дела и сосредоточатся исключительно на вашем деле. Если вы не суперзвезда или важная политическая фигура, время, которое журналист уделит вам, всегда будет ограниченным. Поэтому, как только вы установите контакт, вам следует сразу перейти к делу. Любой другой подход заставит вас выглядеть новичком, и шансы того, что ваша история появится в СМИ, значительно снизятся.

2. СМИ часто действуют по цепочке: одно сообщение приводит к появлению других

Чем больше внимания уделяют вашей истории другие

СМИ, тем легче вам будет убедить любую газету в том, что вы предоставляете важную и актуальную новость. Однако вы должны действовать быстро и в своих материалах подчеркивать, что о вашей истории уже сообщали ведущие телеканалы и издания.

3. Чрезмерное внимание со стороны СМИ не всегда является благом

Журналисты — это люди, в душе циничные, и не потому, что они менее чуткие, чем другие, а потому, что многолетний горький опыт научил их: многие, с кем им приходится иметь дело, заинтересованы в сокрытии важных фактов и рассказывают только об одной стороне дела. Разоблачение таких людей имеет два преимущества: это позволяет журналистам еще сильнее почувствовать, что их работа эффективна и этична, а также дает интересный и драматичный материал для заполнения газетных полос и телевизионных программ. Поэтому абсолютно необходимо показать любому журналисту, с которым вы вступаете в контакт, что вы не плохой человек! Чтобы добиться этого, вы можете говорить о проблемах с справедливой и беспристрастной позиции, иногда признавая ошибки и упущения, а также подчеркивая, что вам небезразличны вопросы, волнующие обычных граждан.

IV. Хороший «зацеп» должен быть понятен в одной-двух фразах

Если вам требуется больше одного длинного предложения

или двух коротких, чтобы донести свою «основную мысль», вам нужно еще немного поработать над этим. Увлекательная история должна сразу же и убедительно привлечь внимание читателя или слушателя к чему-то, что сразу же вызывает интерес — к чему-то, что либо касается непосредственных интересов, либо имеет необычный характер, либо сочетает в себе и то, и другое. Если ваши попытки привлечь внимание СМИ приносят незначительный результат или вовсе не дают результата, возможно, это связано с тем, что в том, что вы передаете, отсутствует краткая, убедительная и привлекательная идея, способная побудить СМИ превратить это в новостной материал. Если вы пытаетесь добиться освещения вашей организации в СМИ, то определение внутренней привлекательности вашего сообщения — это ваша ответственность, а не дело журналиста. «Благая весть для местных жертв завышенных страховых взносов» — это пример удачного «крючка», а «Компания ABC в этом финансовом году вводит соответствующую политику по корректировке необоснованных страховых сборов» — это пример неудачного «крючка».

V. Будьте готовы к непредвиденным ситуациям

Многие журналисты, с которыми вы сталкиваетесь, выбрали эту профессию именно из-за своего настойчивого и напористого характера. Иногда журналисты или ведущие действительно наступают с большим размахом или прибегают к различным методам, которые могут показаться вам неуместными. Они не обязательно нападают на вас, а про-

сто следуют требованиям своей профессии, в которой самое большое табу — это скука. В большинстве случаев, если вы пойдёте на поводу у этой «провокации», вам удастся донести свою точку зрения. Если же вы поступите иначе — «сделаете фиктивный ход, выйдя за рамки», или просто промолчите, — то заслужите репутацию «худшего гостя».

6. Проявляйте готовность к сотрудничеству

Установление хороших отношений со СМИ требует времени и усилий, но, однажды налаженные, они приносят неоценимую пользу. Если журналисты обращаются к вам за новостями, давайте им подсказки и старайтесь помочь. Когда-нибудь вам может понадобиться их помощь. Поэтому старайтесь предоставлять точную и достоверную информацию. Часто случаются случаи искажения фактов в репортажах, и причина в том, что участники событий не уделили времени объяснению своих истинных мыслей. Если ваши слова были неверно процитированы, в первую очередь свяжитесь с журналистами и дружелюбно обсудите с ними этот вопрос. Не указывайте журналистам, как им следует писать. Если вы в ярости ворветесь в редакцию, вы утратите уважение и дружбу журналистов.

VII. Эффективное противодействие домыслам в СМИ

Есть такая история: в национальном парке были отравлены тысячи птиц. Средства массовой информации подвергли этот скандал резкой критике, используя заголовки на всю

страницу и эмоциональные статьи, что вызвало широкий резонанс в обществе.

Служба, ответственная за распыление пестицидов, немедленно выступила с заявлением, в котором признала свою ошибку и признала, что использовала не тот пестицид. Они объяснили, как произошла эта ситуация, и рассказали, какие меры намерены принять, чтобы гарантировать, что подобное больше не повторится. Их своевременное разъяснение фактов позволило сгладить неловкую ситуацию и избежать дальнейшего очернения репутации.

Своевременное разъяснение фактов позволяет уменьшить критику и пресечь слухи.

Если вы совершили ошибку, нужно признать это. Не бойтесь сказать: «Мы допустили ошибку». Ваша честность поможет успокоить большинство разгневанных критиков. Своевременно объявите о мерах, которые вы намерены принять, и дайте дополнительное объяснение после того, как исправите ошибку.

Ниже приведены рекомендации по взаимодействию со СМИ при урегулировании подобных кризисов:

(1) Своевременно информируйте своих подчиненных о кризисе, не ждите, пока СМИ широко осветят ситуацию. Пусть они узнают о ситуации до того, как прочитают в газетах или увидят по телевизору новости о кризисе в компании. Если они будут осведомлены о фактах, то расскажут о них клиентам и друзьям. Хорошая внутренняя коммуника-

ция эффективнее, чем распространение пресс-релизов отделом по связям с общественностью;

(2) Не строите догадок. Если вы не знаете ответа на вопрос, лучше сказать: «Мне пока ничего об этом не известно. Но я разберусь, в чем дело, и позвоню вам завтра утром»;

(3) Старайтесь смотреть на ситуацию глазами общественности и реагировать соответствующим образом. В первую очередь вы должны учитывать их опасения;

(4) По важным вопросам не позволяйте отделу по связям с общественностью самостоятельно взаимодействовать со СМИ. Роль официального представителя обязательно должен выполнять высший руководитель компании. Это повысит достоверность заявлений и укрепит репутацию компании, поскольку общественность обычно скептически относится к словам сотрудников отдела по связям с общественностью;

(5) Ответ «Без комментариев» — одна из лучших тактик уклонения, когда проводится всестороннее расследование;

(6) Следите за динамикой событий в СМИ и как можно скорее обнародуйте правду;

(7) Долгосрочные дружеские отношения с клиентами всегда важнее краткосрочных затрат компании. Если вам необходимо объявить об ошибке или отозвать бракованную продукцию с рынка, сделайте это как можно скорее. Честное объяснение укрепит ваш авторитет.

Глава 3.

Честные люди зарабатывают больше всех

Древние говорили: «Человек без честности — что он стоит?» На Западе тоже есть издавна известная поговорка: «Можно обманывать некоторых людей всегда; можно обманывать всех людей время от времени; но нельзя обманывать всех людей всегда». В любом случае, честность — это один из основных принципов поведения человека, а также душа предпринимателя. Бизнесмен, лишенный честности, в лучшем случае не сможет достичь больших высот, а в худшем — погубит собственное будущее. Если вы хотите, чтобы ваш бизнес был долговечным и приносил большие доходы, вы должны оставаться честным до конца.

1. Отказаться от прибыли ради справедливости, думать о клиентах и не заниматься обманными сделками

Пренебрегать принципами ради наживы — это мелкая хитрость; такой предприниматель никогда не достигнет больших высот, потому что он утратил принципы; отказываться от прибыли ради принципов — это великая мудрость; только такой предприниматель сможет получить щедрую награду, потому что он обрел принципы, то есть завоевал сердца людей, а тот, кто завоевал сердца людей, завоевал мир, и тот, кто завоевал сердца людей, сможет обрести и богатства мира.

Для бизнесмена честность всегда стоит на первом месте: ни одна компания со столетней историей не завоевала свою репутацию обманом, и ни один человек не сможет всю жизнь

с легкостью лавировать в деловом мире, полагаясь на обман — это верно как в древности, так и в наши дни, как в Китае, так и за рубежом.

Цай Цзию — председатель совета директоров гонконгской группы «Синхуа» и известный в Гонконге «король морепродуктов». Семья Цай в основном занимается экспортом замороженных морепродуктов, а также ведет бизнес в сфере зерна и масла, недвижимости и торговли. В 80-е годы прошлого века «Синхуа Групп» превратилась в крупную транснациональную корпорацию, а состояние семьи Цай оценивается уже в более чем 3 млрд гонконгских долларов. Прочной основой для торговой деятельности группы стал бизнес по торговле морепродуктами с японцами. Цай Цзию, стремясь укрепить дружеские отношения с деловыми партнерами, пожертвовал значительной частью своих интересов, но в результате получил гораздо более долгосрочные выгоды.

Цай Цзию родился в 1929 году в уезде Чжуншань провинции Гуандун. Предки Цая из поколения в поколение занимались сельским хозяйством, и семья всегда жила в относительной бедности.

С 1950 года 21-летний Цай Цзию начал заниматься торговлей морепродуктами. Сначала он покупал морепродукты у односельчан в кредит, доставлял их в Макао для продажи, а затем расплачивался, зарабатывая на разнице цен.

В 1954 году Цай Цзию отправился в Макао заниматься бизнесом, а в следующем году его жене и детям разрешили

приехать в Макао, чтобы воссоединиться с ним. Вся семья занималась перевозкой рыбы и морепродуктов из Макао в Гонконг для продажи. В 1957 году он открыл на рынке ракообразных в районе Сеихуан в Гонконге лавку «Хуацзи Лань» и занялся оптовой торговлей морепродуктами. К 60-м годам его дела шли неплохо, но он оставался лишь умеренно состоятельным.

По-настоящему богатым Цай Цзию стал после того, как начал торговать морепродуктами с японцами. Судя по его подходу к ведению бизнеса, он завоевал поддержку окружающих благодаря своей искренности.

В 1965 году Цай арендовал в Тяньване перерабатывающий цех площадью более 4000 квадратных футов, где занимался глубокой заморозкой моллюсков и других морепродуктов, а затем продавал их торговым компаниям для отправки в Японию. Два года спустя, с целью расширения бизнеса, Цай приобрел «Хуацзи Дунфан», создав тем самым «плацдарм» в сфере глубокой заморозки морепродуктов.

Чтобы избежать наживы со стороны посредников, Цай Цзию решил вести дела с японцами напрямую. Однако Цай Цзию никогда раньше не имел дела с японцами и не был уверен в успехе. Он был человеком, который смело думал и действовал: приняв решение, он взял мешок с образцами замороженных креветок и направился прямо в гонконгский офис одной японской акционерной компании, чтобы встретиться с его руководителем. Узнав о целях визита Цай Цзию, япон-

ская компания не стала сразу давать ответ.

Цай Цзию терпеливо объяснил, почему он хочет вести дела с японцами напрямую, минуя посредников, и японцы поняли его аргументы, поскольку это было выгодно для обеих сторон. Но опытный японский бизнесмен сразу же спросил: «Какие льготные условия вы можете нам предложить?»

«Если ваша компания заинтересована в сотрудничестве, мы можем сначала принять товар за 80 % от цены, а оставшуюся сумму вы заплатите после того, как получите отправленный нами груз и убедитесь в его качестве».

В то время оплата только 80 % стоимости товара считалась весьма выгодной, а то, что оставшиеся 20 % Цай Цзию предлагал выплатить только после того, как японская сторона останется довольна, было проявлением искренности. Японский бизнесмен с радостью пожал руку Цай Цзию и сказал: «Ваши условия действительно более выгодны, чем у обычных людей. Видно, что вы искренне хотите вести с нами дела. Поскольку это выгодно для обеих сторон, мы решили сотрудничать с вами!»

В делах Цай Цзию часто учитывал интересы партнеров, и сотрудники этой японской акционерной компании очень доверяли ему. Японцы считали Цай Цзию человеком, дорожающим честностью и дружбой, — редким деловым партнером, и их сотрудничество становилось всё более масштабным. Таким образом, Цай Цзию успешно открыл канал прямых поставок морепродуктов в Японию, и его бизнес про-

цветал. Дела семьи Цай встали на правильный путь и с тех пор по-настоящему процветали.

Семья Цай, ведя бизнес на основе честности и добросовестности, завоевала признание и сотрудничество японских коммерсантов — такое доверие не купишь за деньги. Если коммерсант хочет расширить свой бизнес и обеспечить его долгосрочное существование, он может добиться успеха, только честно и добросовестно завоевывая доверие шаг за шагом.

Человек должен быть честным, а для предпринимателя честность — основа ведения бизнеса. Хотя все говорят, что «нет торговца без хитрости», но сколько же таких «хитрых» торговцев способны вести процветающий бизнес и сохранить его надолго? В бизнесе нужна смекалка, но смекалка не равнозначна обману. Многие считают, что ложь, хвастовство и другие «нестандартные» методы в бизнесе оправданы, а то и вовсе необходимы — именно поэтому реклама, преувеличивающая факты, заполонила все уголки мира. Предприниматели спешат скрыть недостатки своих товаров, при этом воспевая их достоинства до небес, но по мере того, как их кошельки наполняются, их человеческие качества постепенно снижаются. Торговец, который делает обман своей стратегией накопления богатства, рано или поздно раскроется во всей своей сущности.

Если пролистать страницы истории бизнеса, то ни одна из старинных компаний, действительно сохранившихся до

наших дней, не добилась процветания за счет обмана; более того, можно с уверенностью сказать, что все они придерживались принципов честности. Кто-то, возможно, скажет, что у них большие вывески, громкие названия и хорошая реклама. На самом деле честность — лучшая реклама. Люди будут готовы сотрудничать с вами благодаря искренним словам и поступкам, высокой профессиональной этике и хорошей репутации, а клиенты, тронутые вашей честностью, с удовольствием станут вашими постоянными покупателями. Только так можно раскрыть весь «денежный» потенциал своего окружения и обеспечить себе долгосрочные «денежные» перспективы.

2. Честность — самый ценный нематериальный актив предпринимателя

В современной экономической терминологии существует понятие «нематериальные активы». Нематериальные активы многих предприятий можно оценить с помощью определённых методов, но честность предпринимателя оценить невозможно — защита своей честности и репутации — это как зарабатывать деньги на завтра.

О честности в бизнесе рассказывает следующая история: Один предприниматель перед смертью напутствовал своего сына: «Если ты хочешь добиться успеха в бизнесе, запомни две вещи — верность обещаниям и ум».

«А что значит быть верным своему слову?» — с тревогой спросил сын.

«Если ты заключил с кем-то договор и только после подписания понял, что из-за него можешь лишиться всего своего состояния, ты всё равно должен выполнить его условия».

«А что такое ум?»

«Не подписывай этот договор!»

Ум и честность в этой истории искусно сочетаются, и она действительно заставляет задуматься.

Самый богатый китаец Ли Ка-син также однажды наставлял своего сына: «Когда тебе не останется ничего, главное — сохранить честность. Благодаря ей ты сможешь снова встать на ноги». И это не единственный пример: Чон Чжу-ён из южнокорейского концерна «Хюндай» также является последователем этого принципа.

Чон Чжу-ён — легендарная личность, которая, начав с нуля, стала самым богатым человеком Южной Кореи и одним из ведущих миллиардеров мира. Чон Чжу-ён не только обладал талантом в бизнесе, но и позже, оставив коммерцию ради политики, стал фигурой, привлекающей внимание всего мира. Без сомнения, Чон Чжу-ён — пример, достойный подражания, особенно для современных бизнесменов.

В 1991 году, когда Чон Чжу Ён оставил бизнес и занялся политикой, оборот концерна «Хюндай» достиг 51 млрд долларов США, что позволило ему занять 13-е место среди крупнейших промышленных компаний мира, а общий объем активов составил 90 млрд долларов США, что вывело его на 2-е место по объему собственных активов среди мировых

промышленных компаний (уступая лишь голландской нефтяной компании «Роял Шелл»). Личное состояние Чон Чжу Ёна, по его собственным словам, составляло более 4 млрд долларов США, однако авторитетные источники оценивают его в 6,5 млрд долларов США.

В 1915 году Чон Чжу-ён родился в бедной семье интеллигентов к северу от линии 38-й параллели; он был старшим из детей в семье, у него было ещё семь младших братьев и сестёр. Из-за многодетности семья жила в крайней бедности, и уже в 10 лет он, продолжая учиться, был вынужден выполнять тяжёлую физическую работу.

В 1933 году 18-летний Чжэн Чжоу-Юн устроился продавцом в рисовую лавку в Сеуле. Благодаря своей честности и трудолюбию тяжело больной владелец лавки передал ему полное управление магазином. Став владельцем лавки, Чжэн Чжоу-Юн постепенно перевез в Сеул своего отца и всю семью, насчитывавшую более 20 человек.

В 1947 году он основал строительную фирму «Хёндае». На этой основе через два года он преобразовал фирму в строительную компанию «Хёндае».

В начале 1950 года компания «Хёндай Строительство» Чон Чжу Ёна уже приобрела определённые масштабы, став средним предприятием с активами в 30 миллионов вон. В июне разразилась Корейская война, и его правая рука, младший брат Чон Ин Ён, убеждал его уехать с деньгами в родные места, чтобы укрыться от беспорядков, но он бежал на юг,

в Пусан. В то время Пусан стал местом перемещения правительства Южной Кореи, и из-за войны остро нуждался в строительстве жилых домов и военных казарм, причём строительство обходилось очень дорого. Чон Чжу Ён воспользовался этой возможностью и построил по меньшей мере 300 казарм: стоимость строительства одного здания составляла чуть более 200 000 юаней, но он получал за него более 1 миллиона вон, что принесло ему огромную прибыль.

Возможность получить право на строительство казарм была неразрывно связана с тем, что Чон Чжу Ён в повседневных деловых отношениях всегда ценил репутацию. В военные годы, когда люди жили в постоянном страхе, честность и надежность были особенно важны, и Чон Чжу Ён благодаря этому получил преимущество. Однако честность иногда обходится дорого: в 1953 году Чон Чжу Ён взял на себя подряд на ремонт моста через реку Накдон в Пусане и понес огромные убытки.

После получения подряда на восстановление моста через реку Накдон цены на материалы постоянно росли, а случайные снижения были незначительными. К тому же раньше срока наступило сильное наводнение, которое смыло большую часть подготовленных материалов для ремонта моста. После начала работ общая сумма затрат оказалась в четыре раза выше бюджета, оговоренного при заключении договора! Это означало, что по завершении работ он не только не заработает ни копейки, но и понесет убытки в размере от 70

до 80 миллионов вон.

Чон Чжу Ён оказался в безвыходном положении. Что делать? Продолжать строительство или остановить его? Перед ним стояли два пути: первый — прекратить строительство, объявить компанию банкротом и сохранить накопления прошлых лет; второй — продолжать строительство, рискуя потерять весь капитал, что могло привести к полной потере всех накоплений.

Ради репутации «Хёндэ Констракшн» Чон Чжу Ён склонился к тому, чтобы продолжить строительство. Его решение вызвало непонимание со стороны родственников, друзей и некоторых руководителей компании; некоторые даже открыто выступили против. Но ради защиты репутации «Хёндай Констракшн» Чон Чжу Ён выдержал давление и без колебаний продолжил работу. Он вложил в проект все свои средства, а затем продал все ценное имущество, накопленное за более чем десять лет, и вложил вырученные средства в строительство моста через реку Накдон.

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.