

ДЕЙСТВУЕМ ПО-НОВОМУ _ _ _ _ 11

① ГЕНИЕМ БЫТЬ НЕОБЯЗАТЕЛЬНО _ 18

② ВАЖЕН ПРОЦЕСС,
А НЕ РЕЗУЛЬТАТ _ _ _ _ _ 40

③ ДЕЛИТЕСЬ УСПЕХАМИ ПОНЕМНОГУ
КАЖДЫЙ ДЕНЬ _ _ _ _ _ 54

④ ПОКАЖИТЕ, ЧТО ВЫ НАШЛИ _ _ _ _ 80

⑤ РАССКАЗЫВАЙТЕ ХОРОШИЕ ИСТОРИИ 98

⑥ УЧИТЕ ТОМУ, ЧТО ЗНАЕТЕ _ _ _ _ _ 120

⑦ НЕ ПРЕВРАЩАЙТЕСЬ
В ХОДЯЧУЮ РЕКЛАМУ _ _ _ _ _ 130

⑧ НАУЧИТЕСЬ ДЕРЖАТЬ УДАР _ _ _ 156

⑨ ПРОДАВАЙТЕСЬ! _ _ _ _ _ 168

⑩ ПРОДОЛЖАЙТЕ _ _ _ _ _ 190

ПЕРЕД КАЖДЫМ
СТОИТ ТРУДНАЯ

ЗА

— ОНОРЕ ДЕ БА

ХУДОЖНИКОМ

ЗАДАЧА —

ЯВИТЬ О СЕБЕ.

ЛЬЗАК, ПИСАТЕЛЬ

**Креативность — это не талант.
Это подход к жизни.**

— Джон Клиз, актер и сценарист

ДЕЙСТВУЕМ ПО-НОВОМУ

Общаясь с читателями, я чаще всего получаю вопросы о само-
продвижении. *Как мне рассказать о моих работах? Как сде-
лать так, чтобы меня заметили? Как найти свою аудито-
рию? Как это удалось вам?*

Я терпеть не могу говорить о самопродвижении. Комик Стив Мартин отделался от этого вопроса, дав знаменитый совет: «Стань таким крутым, чтобы не заметить тебя было невозможно». Мартин утверждает, что стоит сосредоточиться только на своей работе, а люди сами вас найдут. Вообще-то я с ним согласен. Вы не должны искать аудиторию — она сама к вам придет. Но тем не менее просто «хорошо делать свою работу» недостаточно. Вы должны сделать так, чтобы вас *могли найти*. Я думаю, несложно сделать свою работу доступной зрителю, *одновременно* концентрируясь на том, чтобы выполнять ее на «отлично».

Почти все, кто меня вдохновляет и чьи идеи я краду, регулярно делятся своими успехами независимо от рода деятельности. Нет, они не болтаются без дела на вечеринках — на это у них нет времени. Они трудятся в своих мастерских, лабораториях и офисах. Но вместо того чтобы держать свои проекты в строжайшей тайне, они не скрывают их и постоянно делятся в интернете фрагментами работ, идеями и новыми знаниями. Они не «сидят» в социальных сетях, они используют их в своих целях. Благодаря тому что они делятся своими идеями и знаниями, им часто удается найти аудиторию, которая может в будущем помочь им связями, отзывами или поддержкой.

Я хотел написать путеводитель по новому образу действий. Вот что я придумал: перед вами книга для тех, кому противна сама мысль о саморекламе. Позволю себе сказать, что этот гид — *альтернатива* саморекламе. Я попробую научить вас воспринимать свою работу как бесконечный процесс, делиться ею таким образом, чтобы привлечь тех, кто может быть в ней заинтересован, а также справляться со всеми плюсами и минусами, связанными с публичностью. «Кради как художник» рассказывает, как красть идеи у других людей, а эта книга о том, как влиять на других, позволяя им украсть идеи у вас.

Представьте, что будущему работодателю не приходится читать ваше резюме, потому что он уже знаком с вашим блогом. Представьте, что вы студент и получаете первую работу благодаря своему учебному проекту, который разместили в интернете. Представьте, что вас увольняют, но у вас есть контакты людей, осведомленных о вашей работе и готовых помочь вам отыскать новую. Представьте, что вы превращаете дополнительную работу или хобби в профессию, потому что ваше окружение вас поддерживает.

Или представьте такое простое и не менее приятное положение дел: вы тратите большую часть своего времени, сил

crafting something

is a long,
uncertain process.

a

maker should

show

her

и внимания на занятия творчеством, ремеслом или бизнесом, одновременно создавая все условия для привлечения людей, разделяющих ваши интересы.

Все, что вы должны сделать, — это *показать всем свою работу*.

① ГЕНИЕМ

НЕОБЪ

А БЫТЬ

ЯЗАТЕЛЬНО

⑥ УЧИТ

ЧТО ЗН

E TOMY,

IAETE

**Желание приберечь для себя то, что вы узнали,
не только постыдно, но и разрушительно.
Вы теряете все, чем не делитесь свободно
и щедро. Со временем вы заглянете внутрь —
и увидите лишь горстку пепла.**

— Энни Диллард, писатель

ДЕЛИТЕСЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СЕКРЕТАМИ

Мир профессионалов барбекю известен своей закрытостью и высокой конкуренцией. Поэтому я был сильно удивлен, оказавшись прошлой зимой рядом с легендарным Франклином Барбекю в Остине, штат Техас. Я видел, как мастер и настоя-

щий гуру барбекю Аарон Франклин объяснял съемочной группе, как он коптит свои знаменитые ребрышки. Моя подруга Сара Робертсон, продюсер местной PBS-станции KLRU, пригласила меня посмотреть запись шоу BBQ with Frankin («Барбекю с Франклином»). Это YouTube-сериал, созданный на деньги зрителей и подробно освещающий все этапы приготовления барбекю. В том эпизоде Франклин объясняет, как усовершенствовать стандартную жаровню, как развести костер, как выбрать мясную вырезку, при какой температуре коптить мясо и как нарезать готовый продукт.

Я впервые попробовал барбекю Франклина в 2010 году, когда он продавал мясо в фургончике у трассы 35. Спустя три года его заведение стало одним из самых популярных барбекю-кафе в мире. Журнал *Von Appetit* назвал его «лучшее барбекю в Техасе, а также, возможно, во всей Америке». Шесть дней в неделю в любую погоду за его барбекю выстраивается длинная очередь. Каждый день он распродает все, до последнего кусочка. Казалось бы, такая компания захочет держать свои секреты при себе.

Когда мне удалось поговорить с Аароном и его женой Стейси во время перерыва в съемках, они объяснили, что техника



приготовления барбекю на самом деле очень проста, но требуется много лет, чтобы овладеть ею в совершенстве. Аарон сказал, что он тренирует всех своих сотрудников одинаково, но, когда разрезает пожаренное мясо, всегда может точно сказать, кто его приготовил.

Передача вашего мастерства не означает, что у вас незамедлительно появятся конкуренты. Тот факт, что кто-то знает технические приемы мастера, не гарантирует, что этот кто-то сможет сразу же их повторить. Обучающие ролики Франклина можно смотреть снова и снова, но готовы ли вы проводить 22 часа в день за жаркой мяса, которое будет распродано за два часа? Вряд ли. Я, например, с еще большей охотой заплачу за него 13 долларов.

Семья Франклинов искренне обожает барбекю, поэтому они охотно делятся своими знаниями всеми возможными способами. Люди часто показывают Аарону мясо, которое удалось приготовить им самим, и тот всегда доброжелательно и терпеливо отвечает на их вопросы. Причем, похоже, в этом нет никакого расчета — они просто так работают. Они сами когда-то были новичками, поэтому считают своим долгом передать свои знания другим новичкам.

Конечно, многие шеф-повара и рестораторы прославились и разбогатели благодаря тому, что раскрывали свои рецепты и кулинарные приемы. В своей книге Rework* Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер Хенссон советуют владельцам других бизнесов подражать шеф-поварам и бороться с конкурентами, раскрывая свои секреты на мастер-классах. «Чем вы занимаетесь? Какие у вас рецепты? Как выглядит ваша „кулинарная книга“? Какой полезной, образовательной и рекламной информацией вы можете поделиться с миром?» Они призывают компании создать нечто аналогичное собственному кулинарному шоу.

Подумайте, какие детали вашего творческого процесса могут стать полезными для той аудитории, которую вы хотите привлечь. Вы овладели каким-нибудь ремеслом? В чем состоит ваша методика? Возможно, вы умеете обращаться с определенными инструментами или материалами? Какие знания дает вам ваша работа?

Как только вы что-то узнали, повернитесь к сидящему рядом и научите его. Делитесь названиями книг, которые читаете. Сообщайте о полезных справочных материалах. Сделайте обучающий ролик и разместите его в интернете. Используйте картинки, слова, видео. Объясняйте то, что вы делаете, подробно

УЧИТЕСЬ

УЧИТЕ



и поэтапно. Блогер Кэти Сиерра говорит: «Помогите людям преуспеть в том, в чем они сами хотят».

Передача ваших знаний другим не снижает ценность того, что вы делаете, а, наоборот, приумножает ее. Когда вы обучаете кого-то азам своей работы, она начинает вызывать больший интерес. Люди чувствуют бóльшую связь с вашим творчеством, потому что вы пускаете их внутрь самого процесса.

Лучше всего, если вы делитесь знаниями и работами с другими и получаете образование одновременно. Публицист Кристофер Хитченс сказал: опубликованная книга становится ценной благодаря тому, что «она связывает вас с людьми, мнение которых вы должны были учесть еще до того, как взяли за перо. Они пишут вам. Они звонят вам. Они приходят на ваши встречи с читателями в книжных магазинах и рассказывают о других книгах, которые вам давно стоило прочитать». По его словам, публикация книги — «это бесплатный курс обучения, который никогда не заканчивается».