

Оглавление

История моей Наглости: от прокрастинатора до спикера TEDx	5
--	---

Уникальность 19

Глава 1. Полюбите своего внутреннего Наглеца	21
--	----

Глава 2. Куда поплывем?	25
-------------------------	----

Глава 3. Как именно наглость поможет реализовать цели	33
--	----

Глава 4. Большая уборка: все лишнее – прочь с корабля!	38
---	----

Глава 5. Заводим мотор! Найдите свой драйвер	44
--	----

Упаковка 53

Глава 6. Как корабль назовешь... Создаем цепляющую фразу о себе	55
--	----

Глава 7. Влюбите в себя за одну минуту!	60
---	----

Глава 8. Айдендика	63
--------------------	----

Глава 9. Создаем персональный брендбук	70
--	----

Охват	79
Глава 10. Нетворкинг	81
Простая человеческая помощь	82
Фуршет Наглости	83
Микрофон Наглости	84
Нетворкинг-смс	85
Визитка	89
Сарафанное радио	91
Глава 11. Найди меня, если сможешь.	
Фишки выдачи в поисковиках	94
Глава 12. Соцсети	98
Выбор соцсетей под ваши задачи	99
Как подписываться, чтобы на вас подписывались	104
Как реагировать на критику в соцсетях	140
Инста-карма: как нарастить аудиторию и не испортить себе профиль	143
Глава 13. Не соцсетями едиными: где сидит ваша аудитория?	149
Глава 14. Публичные выступления	155
Как стать спикером?	155
Как стать спикером, которому аплодируют стоя?	157
Как побороть страх перед выступлениями?	159

Глава 15. Работа со СМИ	162
Пресс-портрет	162
Список СМИ	168
Сопроводительное письмо	169
Глава 16. Коммуникация с лидерами мнений	171
Лидер мнений – это кто?	172
Какие лидеры мнений подходят именно вам?	172
Какие посты лидеров мнений «выстреливают»?	173
Как получить «да» от лидеров мнений и почему они могут отказать?	176
Пять мотиваций лидера мнений	181
Больше, чем личный бренд	186
Благодарности	188
Об авторе	191

История моей Наглости: от прокрастинатора до спикера TEDx

Привет!

Я — Дарья, и я самый скромный человек из всех, кого я знаю. Я прошла путь от нерешительного прокрастинатора до эксперта, который выступает перед многотысячной аудиторией на TEDx.

В этой книге я хочу поделиться с вами, как превратить внутреннего Скромнягу в дерзкого Наглеца. Для этого придется сначала влюбиться в самого себя, а затем — влюбить в себя весь мир.

«У тебя не получится», — твердил мне внутренний голос, когда в 2007 году я решилась переехать в Москву из Таганрога. Мне было 22. Чемодан, билет в один конец, двадцать тысяч рублей — от родителей, на первое время... И голубой листочек, на котором я написала свои мечты. Одной из «мечт» была

Дарья Кабицкая

зарплата 20 000 рублей. Если вам покажется это смешным, то подумайте о том, что до переезда в столицу я зарабатывала 5 000 рублей в месяц.

Я быстро нашла работу, и она меня полностью устраивала. Я занималась маркетингом в премиальном фитнес-клубе с огромным бассейном, в котором я могла плавать абсолютно бесплатно, и получала за это счастье целых 30 000 рублей. Правда, мое счастье продлилось недолго.

Задачи менеджера по маркетингу были до жути однообразными — вскоре я поняла, что оказалась в дне сурка. Я ходила в зал до и после работы и, кажется, наплавала в бассейне пару земных экваторов. Я и не заметила, как в моей жизни появилась скука, которая, судя по всему, уходить не собиралась. И хотя напротив пункта «получать 20 000 рублей в месяц» появилась жирная галочка, ощущение, что сбылась мечта, не пришло.

На стене квартиры, которую я снимала, висел плакат с моими бизнес-идеями: я придумывала то, чего мне самой очень не хватало. Например, дизайнерский ланч-бокс, в котором удобно брать на работу полезные перекусы. Под каждой идеей я прописывала конкретные действия для ее реализации, но каждый раз, когда я решалась действовать, внутренний Скромняга меня останавливал. Помню, как брала в руки телефон, чтобы узнать, возможно ли на конкретном предприятии изготовить ланч-боксы. Но так и не набирала номер, потому что тут же возникал Скромняга: «Кому это вообще нужно? Где ты найдешь на это деньги? А если ничего не получится?» Голос в голове замолчал, когда я приходила на работу. Здесь вопросов не было. Я была незаменимым трудягой, и Скромняга всегда это одобрял.

Школа Наглости

Идеи на плакате множились, а заниматься их воплощением было некогда. Все четыре года, что я прожила в той квартире, плакат висел надо мной дамокловым мечом. Каждый раз, когда мой взгляд падал на него, я ощущала острое чувство вины и злость на саму себя, а вера в то, что я могу быть создателем и предпринимателем, угасала, не успев разгореться.

Через полгода я поменяла работу: благодаря однокласснику устроилась корреспондентом в ток-шоу «Пенсионеры» на канале «Доверие». Телевидение было еще одной мечтой из «голубого списка».

Я быстро росла в карьере, но однажды снова обнаружила себя в дне сурка. Стоило мне освоиться на новом месте, как даже съемки, которые каждый раз требовали сумасшедшего креатива, превратились в рутину.

Время шло. По моим сюжетам обучали новых сотрудников. С каждым годом я все эффективнее создавала проекты. Но не для себя. Все мои идеи для себя остались в мусорной корзине квартиры, с которой я однажды съехала. В тот момент я искренне считала себя самым крутым прокрастинатором из всех, кого я знаю.

Всю жизнь, где бы я ни работала, я была тем самым незамеченным сотрудником. Тем, кто работает 24/7 и отдает всего себя делу, но руководство не спешит его повышать — «а кто же будет “закрывать дыры”?». Я была неисправимым Скромнягой. Такие есть в любой компании.

И вот наступил 2013 год. Я уже 6 лет как креативный директор одного из самых известных московских event-агентств

«Подъёжики». К этому времени я достигла всех целей из голубого списка, кроме единственного нечитабельного пункта (когда составляете вишлисты, пишите разборчиво!). В моем отделе работало 25 человек, и мы были одной из самых продуктивных команд в индустрии ивента — выпускали по 27 концепций событий в день. Я много выступала. Впервые за долгое время у меня появилась возможность собрать все знания в систему и начать обучать по этой системе сотрудников. Внешне все было круто как никогда.

Но именно тогда — в самый успешный год, — я приняла решение уйти.

Не к конкурентам.

А в никуда...

На тот момент я уже больше года ощущала, что императрица перестала быть шальной. Хаос, завоевание рынка, бессонные ночи — да, раньше было тяжело, но как же драйвово. А потом все стало спокойно: моя команда работала, как часы, пришли деньги, статус и стабильность... но ушел внутренний огонь. Начался один из самых тяжелых периодов в моей жизни. Я сильно поправилась: весила на 13 кг больше, чем сейчас.

Тем временем от директоров других агентств начали приходиться запросы «попить чай» и рассказать о моих технологиях, благодаря которым я построила производительный креативный отдел. Тогда я впервые услышала робкий, но настойчивый голос доселе неизвестного мне внутреннего Нагльца: «Оказывается, ты можешь быть интересна не только как тот, кто делает «руками», но и как тот, кто мыслит системно и обладает интерес-

ным опытом». Мне очень понравилось это новое ощущение собственной ценности.

Я четко решила для себя, что никакой коммерческой информации раскрывать не буду. А вот техниками и инструментами — моей интеллектуальной собственностью — смогу делиться за встречную ценность, прежде всего финансовую.

От предложений «попить чай» отбоя не было. Особенно всех интересовали креативные сессии по моему авторскому методу #ПиксельМатрица, который позволяет за 15 минут, без долгих и мучительных мозговых штурмов, создавать до 55 креативных концепций.

«Знают ли меня в индустрии?» — тогда я впервые задала себе этот вопрос. Я обладала ценным опытом и рабочими техниками, но были ли они нужны кому-то кроме тех, с кем мы уже «попили чай»? Готовы ли люди платить за мои методики и инструменты? Действительно ли мой опыт уникален? А что, если клиенты не узнают ничего нового?

И вот, октябрь 2014 года. Дико страшно, но при этом жутко интересно. Сделала пост на Facebook: пригласила всех желающих на свой первый демо-тренинг «Креативный Завод». Искренне надеялась, что никто не откликнется. Самый стеснительный и нерешительный человек, который жил во мне, вовсю бил тревогу: «Не откликнутся — оно и лучше будет. Никакого позора». Но, почему-то, в этот раз я впервые сделала то, о чем просил внутренний Наглец.

Пришло 45 человек.

С этого демо-тренинга набралась первая группа. Люди прилетали из Екатеринбурга, Тольятти. Мой Наглец ликовал! После первого интенсива я с удивлением обнаружила, что во всех анкетах обратной связи стоял высший бал. «Я же знал, почему ты сомневалась?!» — твердил мне наглый голос.

Интенсив прошел в 30 городах России и СНГ уже в первые два года существования. А на сегодняшний день я провела более 85 потоков Креативного Завода.

Тогда я каждый день просыпалась в разных городах. Порыв Наглеца перерос в самый масштабный в России интенсив для креативщиков, ивентщиков и маркетологов. Кстати, в то время я еще не знала, что «строю личный бренд».

Меня переполняло удивление: оказывается, людям нужны не только мои «руки». Они готовы платить за мои ошибки и открытия, чтобы сэкономить собственное время и деньги. Не зря были все эти «дни сурков»: с их помощью мне удалось получить тот опыт, на который впоследствии появился спрос.

Я ощутила это благодаря комментариям в соцсетях. Я охотно делилась происходящим, а количество подписчиков стремительно росло. Некоторые публикации по вовлеченности давали неожиданно высокие результаты. Например, перед обучением в «Сколково» я попросила подписчиков поставить «+», если они хотят прочитать выжимки из моих лекций. Раньше я на автомате выкладывала такие посты-резюме после каждого тренинга. А в тот раз выписывать ключевые мысли было лень. И я решила с помощью реакции аудитории узнать, насколько это вообще нужно: «Ребята, завтра я иду на закрытый курс по диджитал-маркетингу в «Сколково». Кто хочет узнать мои инсайты после прохождения этого курса,

Школа Наглости

поставьте «+» под этим постом. Наберем 15 плюсов — выложу».

Каково же было мое удивление, когда вместо запрашиваемых 15 плюсов я получила 59. А еще я заметила, что мой пост стал отображаться в лентах друзей. Facebook засчитал плюсы как комментарии, решил, что мой материал интересен аудитории, и стал показывать его приоритетно. Тут снова появился мой Наглец: «Ого! Как интересно это работает! Почему же я раньше это не использовал?!»

В следующие два месяца я провела в Facebook масштабный эксперимент: все мои публикации заканчивались посылком «поставить плюс». Я перепробовала огромное количество вариантов контента. В результате через два месяца я просила уже минимум... 250 плюсов. Под одним из таких постов и случится «роковой» комментарий: «Ты нам тут настоящую школу наглости устроила». От 15 к 250 плюсам, еще бы!

— Школа Наглости?! — я захлебнулась смехом.

Как же это смешно, дерзко, нагло — создать «Школу Наглости»!

Мой внутренний Скромняга не успел высказать свое «авторитетное мнение», потому что Наглец уже строчил новый пост в Facebook. Я объявила о наборе в Школу Наглости и предложила всем желающим, по традиции, поставить «+», чтобы получить программу. Через сутки у меня было больше 200 заявок.

Вскоре я провела свою первую Школу Наглости. На нее приехали участники со всего мира. Когда я вышла к людям с программой тренинга, я чувствовала себя преступницей, сбегавшей из тюрьмы. Преступницей, которая будет публично рассказывать о тайных подземных лазах и о том, чем лучше всего

пилить тюремную решетку. И хотя слушали меня не заключенные, а серьезные предприниматели, топ-менеджеры и даже госслужащие, позже я поняла, откуда ко мне пришла аналогия с побегом. Ведь я впервые делилась опытом признания и освобождения своего внутреннего Наглеца, который долгие годы не давал мне покоя.

«Цель творчества — самоотдача, а не шумиха, не успех.

Позорно, ничего не знача, быть притчей на устах у всех»¹.

Нас так воспитывали. У всех, кто приходил ко мне за эти годы на Школу Наглости, наблюдался абсолютный диктат со стороны Скромняги, который настаивал: «За меня скажут мои дела, а маркетингом пусть занимаются маркетологи». Но вот что я получила, дав волю своему Наглецу:

1. *Неожиданно, спустя всего 2,5 месяца, как я начала «системно» заниматься своим личным брендом* (регулярно выступать, писать экспертные статьи в СМИ и посты в соцсетях), меня позвали выступать на TEDx. Это конференция мирового масштаба, которую одновременно смотрят несколько тысяч человек по всему миру. Оказалось, что мои идеи, которые я так долго прятала, «достойны распространения» — как гласит слоган этой конференции.

2. *Я начала зарабатывать на том, что приносит кайф.* Всю жизнь я считала, что можно получать деньги только за свой ресурс, работая как специалист или как руководитель таких же специалистов. Если бы не стечение обстоятельств, я никогда бы не узнала, что существуют и другие источники дохода. Сейчас их

¹ Стихотворение Бориса Пастернака «Быть знаменитым некрасиво».

принято называть «монетизацией личного бренда»: консультации, менторство, выступления и мастер-классы. Отсюда же пришло большинство клиентов в #наглостьgroup. Поэтому в моей компании нет статьи расходов «маркетинг».

3. *У меня появилось свободное время, потому что я перестала тратить его на все лишнее.* Проекты, вещи, людей... Не выступать на нецелевых мероприятиях, отказываться во взаимодействии тем, кто не дает встречной ценности. Когда я нашла свои форматы постов в соцсетях, то время пребывания в них сократилось в два раза. Благодаря этому я смогла больше времени проводить в офлайне. Я научилась собираться на любую встречу очень быстро, потому что сформировала собственный стиль: теперь в моем гардеробе все вещи сочетаются друг с другом. По этой же причине я покончила с ненужными покупками.

4. *Я перестала стоять в пробках,* даже живя в Подмосковье. Благодаря тому, что моя компания работает удаленно, встречи по личным консультациям проходят в удобное время, а до аэропорта, откуда я отправляюсь на мастер-классы в другие города, — всего полчаса. Мне удалось уехать из Москвы без потерь в деньгах. Теперь я живу в одном из красивейших мест Подмосковья — с нереальными закатами и рекой, по которой я плаваю на сапсерфе летом и бегаю на лыжах зимой. Благодаря гибкому графику я каждый день нагло и без ущерба для работы... высыпаюсь.

5. *Я обрела круг силы и стала больше путешествовать.* Благодаря авторским мастер-классам я много путешествую и знаколюсь с самыми активными предпринимателями в регионах. Мои выпускники и организаторы выступлений, кстати, неред-

ко становятся партнерами по новым бизнесам. Иногда я даже не успеваю перенести на бумагу идею, которая только что пришла ко мне в голову, как уже выбираю потенциального партнера или пишу пост с описанием нужного мне человека. Мир стал крайне отзывчив на реализаторов идей — за последнее время с помощью партнеров я запустила несколько образовательных проектов, онлайн-курс, собственный бренд одежды и парфюмерии. Проклятие настенного плаката с идеями «в стол» перестало работать.

6. *И главное.* Увеличение среднего чека и постоянный поток клиентов — лишь верхушка айсберга. Оказалось, что личный бренд — это самый легкий способ создать вокруг себя отзывчивый, щедрый, платёжеспособный мир, жить и работать в котором кайфово, интересно и ресурсно.

Как и с помощью чего все это происходит, вы узнаете из этой книги. Я создавала ее как практическое пособие по активации правильной наглости. Наглости не по отношению к другим, а по отношению к себе: к собственным ограничениям и возможностям. Благодаря этой книге вы сможете выйти из тени неуверенности и страхов, заметите сильные стороны — свои и собственного проекта. Научитесь легко, эффективно и с удовольствием о них рассказывать, влюбляя в свое дело весь мир. Сможете выйти на новый уровень свободы — ментальной, финансовой, географической. Разрешите себе больше и больше получать, все меньше завися от привязок к конкретной компании, офису, стране.

Вы замечали, что современный мир разделился на тех, кто хорошо делает свою работу, и тех, кто умеет об этом хорошо рас-

сказывать? Случалось ли вам наблюдать, как ваш конкурент, новичок на рынке, начинает активно вести соцсети, выступать на деловых мероприятиях, и к нему выстраивается очередь из ваших потенциальных клиентов?

Эта книга для вас, если вы провели в рабочей рутине слишком долго, полагая, что «быть знаменитым — некрасиво» и «пусть обо мне говорят мои дела», но сейчас ощутили, что пришло время выйти из тени.

Ко многим крутым результатам я пришла интуитивно. Но позже я нашла объяснения своим открытиям — благодаря общению с «наглецами» из других сфер. В книге, помимо рабочих инструментов наглости для продвижения бренда, я собрала советы ярких «наглецов» России, которые дали мне интервью.

Наглость, о которой идет речь в этой книге, — про двойной отклик. Про отклик внутри: когда то, что вы делаете, заряжает вас энергией. И отклик снаружи: когда «да» говорят ваши читатели, оставляя комментарии под постом, ваши клиенты, заказывая у вас услуги после эффектного выступления на деловом мероприятии. Когда «да» говорят друзья, коллеги, покупатели.

Эта книга будет полезна для:

- всех, кому важно заново влюбиться в себя, осознать свои сильные стороны. Стать интереснее, научиться эффективнее взаимодействовать с окружающими;
- предпринимателей, создающих потрясающий продукт/услугу/событие, но пока не умеющих рассказывать об этом аудитории;