

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	9
ОБ ЭТОЙ КНИГЕ	14
БЛАГОДАРНОСТИ	23

ГЛАВА 1	
Определяем исходную точку	25

Про семью	26
Первая драка и первая любовь	27
Геофизик с сердцем музыканта	32
Маркетинг в подвале	34
Как мы взломали матрицу	38
Пять тысяч рублей для старта бизнеса	44
Разыскивается скрытый потенциал	48
Мы собрали «Олимпийский»	51
Маркетинговое агентство	53
Упражнения к главе 1	55

ГЛАВА 2	
Расчищаем мысли	60

Прощайте, «сложные» деньги!	60
Про игры, в которые ты играешь	63
Перепрощить сознание	65
Триада жизни	70
Твоих проблем не существует	73
Минор или мажор?	78
Ошибка выжившего	81
Оставь свою боль	82
Путь героя	85
Я + Мир +	93
Упражнения к главе 2	97

ГЛАВА 3	
Ставим цель	100

Номo social	100
Зачем тебе зубы?	102
Суррогат статуса	106
Цель не равно миссия	108
Будь собой, а не копией	111
Теория комнат	113
Три фактора успеха	116
Что случилось, то и цель	117
Упражнения к главе 3	121

ГЛАВА 4	
Подбираем инструменты	124

Hard skills VS soft skills	124
Добро пожаловать на говнокурсы	128
Человеческая многоножка	129
Гигиена информации	137
Будь в теме!	139
Окружение и диалог с самим собой	141
Тихо! Идет самопознание	143
Про еду, спорт и силу привычки	145
Секрет развития	152
Вредные советы	156
Упражнения к главе 4	157

ГЛАВА 5**Идем вперед****161**

Страшно? Это нормально!	161
Начать с нуля	163
Мы теряем	168
Вечный стартап	170
Как выбрать свою нишу?	171
Твоя ступень конкуренции	175
Покупают у удобных	178
Сила личного бренда	179
5 правил крутой упаковки	181
Про подражание	184
Важно не ЧТО, а КАК	185
Правило «Запаса техники»	187
Закон баланса	188
Техника «Взгляд со стороны»	190
10 советов для успеха	191
Упражнения к главе 5 (График заработка)	192

ГЛАВА 6**Подходим к цели****198**

Адекватность в бизнесе	198
Читаем людей	206
Твоя команда	209
Теория разбитых окон	215
Чего хотят клиенты?	215
Играем в ассоциации	224
Найди свой архетип	227
Архетипы и их главные функции в жизни людей	229
Формула увеличения прибыли	231
Почему усложнять — это плохо?	235
Будь гибким!	236
Секреты публичных выступлений	238
Вместо упражнения	241

ГЛАВА 7**Не забываем про любовь****244****ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

251

Посвящается всем тем,
кто всегда хотел большего

«Если тебе нечего сказать, не выходи на сцену».

Владимир Белоусов

Введение

Мы всю жизнь ведем агрессивную борьбу. Первый акт агрессии и противостояния с окружающим миром, как пишет психолог Фредерик Перлз, основатель гештальт-терапии, мы совершаем, когда отказываемся от груди матери и начинаем измельчать пищу зубами. Затем мы боремся за внимание: сначала родителей, потом сверстников, коллег, клиентов, подписчиков. Будучи людьми социальными, нам важно взаимодействовать друг с другом, ощущать себя частью общества, которое нас принимает. Потому что самое страшное для человека сейчас — это быть белой вороной и встретить неприятие окружающих. Мы давно уже не *Homo sapiens*, мы люди социальные — *Homo social*.

Мне тоже приходилось доказывать свою уникальность и ценность. Но я осознал, что борьба — часть бытия, она присутствует в каждом из нас. Ее нужно использовать правильно, делать каждый раз выводы и улучшать все сферы своей жизни от личной до профессиональной.

В нашей борьбе в профессиональной сфере необходимо понимать, что рынок труда развивается, возрастает конкуренция, это отражается и на области рекламы. В настоящее время, например, в России и СНГ маркетологов гораздо больше, чем их было десять лет назад. 20 лет назад аналогичная ситуация была с юристами и экономистами.

Теперь по-настоящему востребованный специалист в любом сегменте должен сочетать в себе личные характеристики, образ мышления, модель поведения и системность, а не просто обладать дипломом и теоретическими знаниями. Ведь мы живем в век личного бренда, когда люди доверяют людям, а не компаниям. Вот почему так важно бороться за внимание среди большого количества специалистов и растущего рынка, укрепляя свои позиции и отстраиваясь от конкурентов.

Конечно, львиную долю людей все устраивает, они не испытывают чувство сопротивления: есть телевизор, пиво, увядающие отношения, друзья, с которыми можно бесполезно провести время, — все классно. Я же обращаюсь к тем, кто стремится к большему, хочет измениться и выиграть в борьбе внутренней и внешней, но не знает, как это сделать.

Ты держишь в руках практическое руководство, которое поможет сбалансировать все важные сферы и вырасти профессионально. Какой образ мысли поможет двигаться вперед? Как не потерять уверенность во время падений и не сойти с ума от взлетов? На эти и многие другие вопросы мы найдем ответ вместе.

На этих страницах я написал очень много про то, как выделиться и заявить о себе. А еще привел методики, которые применяю сам. Используй их, чтобы твоя борьба была экологичной и эффективной, не покалечила тебя как личность и людей вокруг.

Книга получилась насыщенной, но она не про успешный успех. Поверь, я делал немало ошибок, и о них здесь тоже написано. Я не считаю факпы чем-то плохим, для меня это опыт, который помог вырасти и стать тем, кем я являюсь. В Америке, например, при принятии человека на работу больше ценятся негативные кейсы. А когда инвесторы решают, какой команде стартапа дать деньги, выбирают тех, у кого было больше ошибок. Логика здесь такая: богатый опыт поможет молодой компании создать что-то, и команда не спасует при первой же неудаче.

Если человек обладает определенным опытом и знаниями, он должен ими делиться — и я делюсь с помощью этой книги. Надеюсь, что люди, которые ее прочитают, займут активную жизненную позицию. Они станут своего рода созидателями и зададутся вопросами: «Как я могу сделать мир вокруг себя лучше? Как могу улучшить свою страну? Как мне создавать, а не только потреблять?» Потому что жить в позиции потребления — это грустно. Жрать, спать, трахаться — закрывать свои базовые потребности — значит, по сути, быть животным. А зачем нам Бог дал разум? Чтобы мы думали и задавали себе экзистенциальные вопросы!

Не воображай, что жизнь можно поменять одномоментно или за какой-то короткий промежуток времени. И уж точно не покупай для этого «волшебную таблетку» (читай: курс, книгу), которых продается очень много. Возможно, как раз сейчас ты проходишь кризисный этап, точку невозврата, когда все твое нутро требует изменений. То, что есть внутри тебя, необходимая часть фундамента, на котором ты будешь строить нового себя. Такой процесс не может завершиться за день-два, месяц, год. Но самое важное — запустить его. Данная книга — акселератор этого процесса. Прочитав ее, ты

не станешь успешным в один момент и не начнешь зарабатывать миллионы на следующий день. Она послужит толчком к правильной саморефлексии, пониманию себя и мира, к верному взаимодействию с клиентами и с окружающим миром. Книга даст инструменты для того, чтобы сформулировать свои правила, жизненный контекст и понять, как с ними дальше работать.

Многие люди хотят меняться, но не знают, с чего начать. Идут заниматься бизнесом со своей неэффективной парадигмой, со старыми установками в голове, и у них ничего не получается. Они подтверждают свое правило: «мир — говно, а я — молодец» или «мир — говно, и я — говно». Убеждают себя, что в России бизнес построить нельзя или место под солнцем уже занято, осталось только доедать крохи за более наглыми и проворными. И, скорее всего, они поверят в это, потому что человек всегда подтверждает выбранную историю и собственные правила. Он сам моделирует все, что с ним происходит на протяжении всей жизни.

Так не лучше ли переписать эти правила и выбрать другую, более успешную историю?

Перед тем, как мы начнем, я хочу рассказать о восприятии информации и договориться с тобой кое о чем. У каждого человека есть три линзы восприятия: физическая, социальная, психологическая. И всю входящую информацию наш мозг пропускает через эти фильтры.

3 ТИПА ФИЛЬТРОВ

- 1 ФИЗИЧЕСКИЙ
 - 2 СОЦИАЛЬНЫЙ
 - 3 ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ
- ИСКАЖЕНИЕ
 - ОБОБЩЕНИЕ
 - ЧАСТИЧНОЕ ВОСПРИЯТИЕ



Первая линза, физический фильтр, включает все, что связано с нашим состоянием и телом. На восприятие информации может влиять: температура помещения, плохое зрение, недостаточная освещенность, здоровье человека и т. д.

Вторая линза — социальный фильтр, который построен на наших социальных убеждениях: религии, отношении к мату, внешности и т. д.

Третья линза — психологический фильтр. Он, в свою очередь, делится на обобщение, частичное восприятие информации и искажение. **Обобщение** — это когда из частного случая формируется правило. Например, упал со стула в детстве и теперь обходишь все стулья стороной. **Частичное восприятие** означает, что из всего потока мыслей человек запомнит только понятное и полезное, и что он знает, где и как применить именно сейчас. Я с этим фильтром часто сталкиваюсь на своих выступлениях, когда из всей информации люди запоминают только 10%, на это влияют их фоновые мысли, то есть то, что в данный момент их больше всего интересует. И третий параметр — **искажение** — это когда я сказал и имел в виду одно, а собеседник понял по-своему, исходя из личного опыта, установок и эмоционального состояния. Например, я поругался с женой, потом уже отошел и что-то ей говорю, а она воспринимает мои слова, исходя из недавнего конфликта.



Поэтому я хочу договориться с тобой о том, что, читая мою книгу, ты постарайся отключить критическое мышление и будешь воспринимать все, что здесь написано, на 100%. А критиковать и обсуждать будешь уже после, договорились? Это важно для эффективности чтения данной книги! Я прекрасно понимаю, что некоторые вещи для тебя будут новыми, некоторые — уже знакомыми, и ты захочешь двигаться не по порядку, что-то пропуская. «Борьба за внимание» — это практикум, и каждая последующая глава логично продолжает предыдущую. Так что отключаем критика и готовимся к путешествию в твою новую жизнь с экстрарезультатами. Готов? Ну, тогда поехали!

Об этой книге

**РОМАН МАСЛЕННИКОВ, спикер,
директор агентства «Взрывной PR»**

[https://www.instagram.com/
prmaslennikov/](https://www.instagram.com/prmaslennikov/)



Макс крутой человек. Работал с Аязом, Тони Роббинсом, Радиславом Гандапасом, Седой Каспаровой, Михаилом Гребенюком. Всякие были моменты! Процесс роста Макса как спикера мне посчастливилось наблюдать. Застал как-то последние минуты его выступления в Тюмени, когда задавали вопросы из зала. И я понял, что за пять минут Макс упаковал ответ про мотивацию и цели в стиле Тони Роббинса, только спокойно. «Круто», — подумал я, что-то взял на заметку. А еще мне

запомнилась беседа с Максом в иркутском кафе «Мишка» про развитие агентского бизнеса. Жизнь не поменялась, но разговор запомнился! В книге много личных моментов. Книга от маркетолога не про маркетинг, а про глубину и, если хотите, про постижение смысла жизни.

НИКИТА ПРОХОРОВ, сооснователь Sidorin Lab (ТОП-1 в России по управлению репутацией), главный эксперт по репутации в сети, призер премии «Деловая книга года»

[https://www.instagram.com/
nprokhorov/](https://www.instagram.com/nprokhorov/)



С удовольствием прочитал книгу Макса Белоусова. Всегда позитивно, когда автор является одновременно и маркетологом, и музыкантом, и спикером на ведущих конференциях. Это дает книге потенциал всестороннего освещения важных вопросов.

По тексту отмечу хорошую структуру. Начинается с исходной точки бренда и далее охватывает все аспекты маркетинга, вплоть до команды и духовного развития. Важно отметить, что в книге много контента про работу читателя с собой — привычки, самооценку и важность самопознания.

ДМИТРИЙ ЧЕВЫЧАЛОВ, предприниматель и интернет-маркетолог, сооснователь школы востребованных интернет-профессий Interra и маркетингового агентства smmlemon

<https://www.instagram.com/dmitrchev/>



Я познакомился с Максом, когда он еще работал в нефтяной сфере: он пришел ко мне на собеседование по вакансии SMM-менеджера, которую мы с партнером Римом размещали для нашего бизнеса по продвижению концертов. И в момент общения мы поняли, что человек находится не на своем месте, он реально творческий, с интересным мышлением, незашоренный, начитанный в плане психологии — нам такой и нужен был, мы начали работать. Макс успешно занимался вместе с нами продвижением крупных концертов Тимати, L'one и других звезд. Потом он участвовал в становлении нашего маркетинг-агентства smmlemon. Именно в маркетинге Макс раскрыл себя лучше, чем в нефтяной сфере. На наших глазах он делал успехи, а чуть позже начал работать с Радиславом Гандапасом, с Аязом Шабутдиновым, с конференциями в «Сколково», с Тони Роббинсом и со многими другими известными личностями и компаниями.

И еще в те годы, когда мы были на Шри-Ланке и беседовали о будущей жизни и планах каждого, Макс рассказал, что хочет написать книгу, которая изменит мышление многих людей. Я с уверенностью могу сказать, что это та самая книга! Макс реализовал свои планы и поделился опытом работы с крупными клиентами и интересными проектами.