



УЧИТЬСЯ, УЧИТЬСЯ И УЧИТЬСЯ

Имя Стива Джобса известно во всем мире. Этот американский предприниматель, получивший широкое признание в качестве пионера эры IT-технологий, стал миллионером к 25 годам. Он был блестящим оратором и вывел презентации инновационных продуктов на новый уровень, превратив их в увлекательные шоу. Предлагаем вашему вниманию правила их организации – учиться у великих никогда не поздно!

Создайте «вау»-момент

В каждой презентации Стива Джобса есть момент, который приводит всех в восхищение, – тот момент, о котором потом говорят все. Эти «моменты» придумываются задолго до презентации. Так, в 2008 году Джобс вытянул из простого бумажного конверта ноутбук MacBook Air, чтобы показать всем, какой же он тонкий. Блогеры остались в восторге, а фотография этого момента стала символом всей презентации.

Следуйте «правилу трех»

«Правило трех» – один из основных принципов написания текстов. Мозг человека может удержать только три или четыре «фрагмента» информации, и Джобс хорошо понимал этот принцип. Типичная презентация Джобса поделена на три части. На презентации 9 сентября 2009 года Джобс говорил о трех сферах деятельности: iPhone, iTunes и iPod. Порой он даже играл с этим принципом. На выставке Macworld-2007 он представил «три революционных продукта»: mp3-плеер, телефон и интернет-коммуникатор. Повторив это несколько раз, он, наконец, сделал главное заявление – все они будут объединены в один продукт, iPhone. «Правило трех» стало самой обсуждаемой темой. Спросите себя: какие три вещи мои слушатели должны будут узнать? Не двадцать, три. В письменном тексте (например, статье) можно говорить о большем, но в публичных выступлениях и беседах обойдитесь тремя темами.

Нужна подтанцовка

Джобс редко выступал на презентациях в одиночестве. Вместо этого он окружал себя группой поддержки.

На презентации в сентябре 2009 года группа поддержки была большая: она включала вице-президента по маркетингу Фила Шиллера и разработчика ПО iTunes Джеффа Роббина. На сцене также появились еще минимум четверо разработчиков игр. Завершило шоу выступление певицы Норы Джонс. Конечно, Нора Джонс не объявится на вашем следующем выступлении, но если вы можете выступить вместе с коллегой (или клиентом), то так и сделайте.

Введите героев и злодеев

В любой великой пьесе есть герой и есть злодей. Стив Джобс мастерски создавал «пьесы». Этим приемом он воспользовался еще в 1984 году, когда Apple представили первый Macintosh. Джобс построил презентацию на имидже компании IBM, «голубого гиганта», одержимого «мировым господством». «Apple, – сказал Джобс, – единственная компания, которая может встать на пути IBM». Это взорвало аудиторию. В хороших презентациях всегда присутствует противник – общий враг, так что слушатели могут объединиться вокруг образа героя. Ваш бренд и ваш продукт и будут этим героем.

Думайте картинками

Презентации Apple на удивление просты и визуальны. Например, на слайдах Стива Джобса очень мало текста. Хотя средний слайд презентации PowerPoint содержит около 40 слов, на первых 12 слайдах сентябрьской презентации слов было куда меньше сорока. Когда Джобс говорил о популярности iPhone во всем мире, на слайде было 23 флага разных стран вместо их названий. Когда он сказал, что интернет-магазин программ для

iPhone справляет первую годовщину, на экране появился слайд с тортом, в котором торчала одна свечка. Когда он говорил о снижении цен на iPod-ы, на слайде новая цена соседствовала с фотографиями плейера. Психологи называют это «главенством картинок». Это значит, что идеи проще запоминаются, когда их представляют с помощью не только текста, но и иллюстраций к нему.

Придумывайте заголовки для Твиттера

Apple помогает СМИ рассказывать о продуктах компании – они пишут заголовки за журналистов. Конечно, репортеры говорят, что предпочитают придумывать заголовки сами, но почему тогда сотни из них описали MacBook Air как «самый тонкий ноутбук в мире»? Потому что так его назвал Стив Джобс, и, если честно, лучшее описание придумать сложно. Джобс всегда сопровождает представление нового продукта короткой фразой, легко помещающейся в лимит в 140 знаков на Твиттере. Что такое iPod? «Тысяча песен в твоём кармане». Что такое Genius для iTunes? «Как будто в вашей медиатеке поселился диджей». Если вы не можете описать свой продукт в одном предложении, стоит ещё над ним поработать.

Продавайте мечты, а не продукты

Стив Джобс страстно хотел изменить мир, и его страсть видна в каждой презентации. Любой может освоить его приемы для создания креативных слайдов, но они ничего не значат, если презентация проходит без страсти и энтузиазма. Когда Джобс в 2001 году представил iPod, он сказал, что слушать музыку означает меняться, и Apple по-своему менял мир. Там, где большинство из нас видели mp3-плейер, Джобс видел возможность создать для своих клиентов лучший мир. Именно в этом разница между Джобсом и большинством лидеров-неудачников – Джобс действительно хочет поменять мир и не боится об этом говорить.

Еще несколько правил от Стива Джобса Занимайся любимым делом

«Найдите любимое. И это верно для дел и для отношений. Есть единственный способ выполнить большую работу – полюбить ее».

Стив Джобс следовал зову сердца всю жизнь. Он говорил, что в этом вся разница. Инновации невозможны при отсутствии страсти, без нее ваши надежды на создание прорывной идеи крайне малы.

Заложите брешь во Вселенной

«Надо во что-то верить – в свой кураж, предназначе-

ние, карму, во что угодно. Этот принцип никогда меня не подводил и изменил всю мою жизнь».

По-иному воспринимайте свое видение. Джобс привлекал единомышленников, которые разделяли его видение и помогли воплотить его идеи в инновации, изменившие мир. Страсть питала ракету Apple, и видение Джобса задавало ей курс.

«Заведи» мозг

«Если ты еще не нашел того, что искал, продолжай поиски. Не останавливайся. Поскольку это касается сути вещей, ты не пропустишь момента, когда действительно найдешь это».

Инновации не существуют без креатива, и для Стива Джобса креатив был тем, что все объединяет воедино. Он верил, что многочисленные опыты расширят понимание человеческого опыта.

Скажи «нет» 1000 деталей

«Сосредоточенность и простота – вот моя мантра. Труднее добиться простоты, чем усложненности. Нужно работать изо всех сил, чтобы начать мыслить ясно и сделать какую-нибудь простую вещь. И когда у вас это получается – вы становитесь всемогущим».

По-иному думайте о дизайне. Если верить Джобсу, тонкость – в простоте. От дизайнера iPod к дизайну iPhone, от упаковки продуктов Apple до функциональности веб-сайта Apple – инновации означают устранение излишеств таким образом, чтобы суть обрела голос.

Создай безумно впечатляющий опыт

«По-иному воспринимайте опыт вашего бренда».

Джобс сделал магазины Apple золотым стандартом благодаря качеству сервиса. Они стали лучшими ритейлерами в мире, предоставляя простые инновации для любого бизнеса и таким образом обеспечивая себе глубокую, продолжительную и эмоциональную связь с клиентами.

Управляй посылом

«По-иному воспринимайте свою историю».

Джобс был великим корпоративным рассказчиком, превращая анонсы продуктов в театральное действие. У вас может быть самая инновационная идея в мире, но если вы не сможете взволновать ею людей, это не имеет значения.