100 КРАСНЫХ ФЛАЖКОВ

Методичка охотника за удачей в лицах, сценах, без антракта

Сучков Максим Игоревич…
дальше спросить у Гугла…

Удача подобна волчьей стае – всегда в движении и всегда с клыками. Можно полагаться на судьбу, а можно загнать удачу в нужное место, обложив ее красными флажками. Тот, кто умеет это делать, тот всегда с добычей.

Предисловие от заказчика

Моя профессия называется траблшутер, что в дословном переводе с английского «отстреливающий проблемы». Лично мне нравится иная формулировка – «расставляющий красные флажки».

В силу специфики работы ни я, ни коллеги по ремеслу не имеют возможности хвалиться историями успеха. Клиенты и вовсе не заинтересованы в огласке. Но как же тогда рассказать: как это все происходит? Так сформировался мой собственный заказ на необычный эпистолярный продукт. Кто сказал, что методички должны быть скучными?

Когда места на Олимпе заняты, а перед глазами надпись «посторонним вход воспрещен», все идут на охоту за удачей. Потыкавшись в двери с табличками «лучшее образование», «лучший в профессии», «связи», «личностный рост», «консалтинг», «магия», многие разочаровываются, перестают искать и пробовать.

Так существует ли потайная тропа к удаче? Есть ли проводники, помогающие пройти через запутанный лабиринт? Как расставить, а при необходимости перепрыгнуть через красные флажки?

В данной методичке есть несколько полезных подсказок. Кто ищет по-настоящему – тот всегда найдет…

Еще полгода назад бизнес шел ко дну, но вдруг все изменилось – обычно так начинаются всякая бредятина про «уникальные и универсальные методы», которые надо срочно купить, изучить, а затем благополучно забыть.

И как же дать понять, что именно сейчас тот самый по-настоящему уникальный случай, на который следует обратить внимание. Возможно, для этого нужно не только содержание, но и форма, нечто из ряда вон. Я попытался, не зря же когда-то учился в театральном…

Сразу оговорюсь, что пишу об этом, потому что такова была суть сделки, так и хочется написать «с дьяволом».

Нет, конечно. С человеком, который велел мне опубликовать свою рефлексию ровно через полгода, в том случае, если буду окончательно убежден, что метод сработал.

Коротко о себе – Валерий Артюхов, предприниматель. Бизнес – вывоз и утилизация ТБО и ЖБО в городе с населением 130 тысяч человек. Для тех, кто не в курсе ТБО и ЖБО – это твердые и жидкие бытовые отходы. Компания небольшая. В городе таких еще восемь.

Полгода назад дела шли так себе. Были предложения от конкурентов продать бизнес. Я почти согласился, не спал, метался, не знал что делать. Искал ответы, советы, даже записался в бизнес-школу. В бизнес-школе не приобрел ничего полезного, кроме новых друзей. Но однажды, как говорится – прилетело.

Понятия не имею, откуда он вообще взялся. Уже потом слышал, что руководитель школы его старинный приятель, и что тогда было редкое, чуть ли не единственное его выступление на публике. Он – это Максим Игоревич Сучков, профессия называется траблшутер.

В самом начале выступления Сучков объявил, что у него сегодня на нас всего 2 часа. Из 13 слушателей он намерен выбрать одного, чтобы работать с ним по своей методике примерно 6-8 месяцев. Его мотивацией является сделка, суть которой он расскажет в самом конце.

Все сразу зашептались – типа, что за птица? Но через пару минут уже были полностью погружены в увлекательное действо.

– Мне нужен подопытный, – объявил Сучков.

Я почему-то тут же поднял руку.

– Для удобства перехожу на ты. Чем занимаешься?

Я вкратце объяснил.

– Что тебя сюда привело?

Я рассказал про новые знания и тому подобное.

– Какие еще знания? Если вызвался добровольцем, тогда со мной, как с доктором – выкладывай правду.

Не знаю почему, но я все рассказал. Про то, что стою на распутье, что меня терзает вопрос: продавать ли бизнес и что делать потом?

– А если не продавать бизнес, а наоборот – развивать его. Чего бы ты хотел в разделе «итого»? – спросил Сучков.

– Хотел бы поменяться местами с более успешными конкурентами, – твердо ответил я.

– Отлично, ты мне подходишь, – сказал Сучков. – Открывай блокнот – будем составлять план действий.

Блокнот я, конечно, открыл, но не забыл при этом высказать сомнения.

– В городе вообще-то еще 8 фирм занимаются тем же самым. Две фирмы очень крутые. У них материально-техническая база, обороты, новый жилой фонд, прихваты в администрации и все такое. Конкурировать с ними бесполезно. Продажа бизнеса не самый плохой вариант.

Сучков улыбнулся и произнес:

– Ты только что сформулировал четкое техническое задание, где в разделе «итого»: «поменяться местами с конкурентами». Не так уж часто встречаются люди, которые умеют настолько емко давать ТЗ.

– Но у нас тут маленький город, тут свои законы…

– Про законы города потом. Не трать зря время – сегодня у нас всего 2 часа. Лучше скажи – у тебя в штате юрист есть?

– Есть.

– А медиаменеджер?

– Нет.

– Записывай два задания, которые нужно выполнить в ближайшие три дня. Первое: найти и принять на работу медиаменеджера. Второе: твой юрист должен начать регистрацию экологической общественной организации. Нас тут 13 человек, давайте устроим небольшой мозговой штурм и придумаем для нее название. У кого какие варианты?

– Экологический десант! Зеленые человечки! Зеленый патруль! – быстро включилась аудитория.

Я начал робко возражать, говоря, что вряд ли все это пойдет на пользу моему бизнесу. А Сучков вдруг вытащил что-то из кармана и бросил мне.

– Держи.

Я поймал. Это был небольшой красный флажок.

– Элемент визуализации, – улыбнулся Сучков. – Однажды один въедливый маркетолог сказал, что у каждого метода должно быть свое название. И что моей системе лучше всего подходит что-то типа «метод красных флажков». С тех пор я стал таскать с собой эти красные штуковины. Теперь это нечто вроде фирменной символики.

– «Метод красных флажков»? Странное название, – улыбнулся я.

– Не такое уж и странное. В зале есть охотники? – спросил Сучков.

– Есть, – отозвался кто-то.

– Зачем охотникам красные флажки?

– Чтобы обложить волчью стаю, и загнать ее в нужное место.

– Вот, – Сучков поднял указательный палец вверх. – Всех, кто оказывает хоть какое-то влияние на твой бизнес, будем гнать в нужном нам направлении. А теперь возвращаемся к делу. Итак, в городе есть восемь фирм, которые занимаются тем же, что и ты. Из них две фирмы имеют прихват в администрации. Это означает, что победить в открытой, конкурентной борьбе шансов нет. Так?

– Так.

– Ну а раз так, то список твоих конкурентных преимуществ нужно обязательно расширить. Первым туда необходимо вписать пункт под названием «влияние на чиновников местной администрации».

– У конкурентов родственники в администрации, там все схвачено, – сказал я.

– Настроить родственников друг против друга – классика жанра, – усмехнулся Сучков.– Надеюсь «любовные треугольники» в администрации тоже имеются?

– Там не треугольники, там многоугольники, – пошутил кто-то.

– Еще лучше. Но мы опять отвлеклись от плана, – напомнил Сучков. – Все тот же въедливый маркетолог как-то сосчитал, что гарантированную победу дают примерно 100 красных флажков, а мы пока топчемся вокруг первого.

– А почему экология? – не успокаивался я.

– Странно, что не понимаешь, – удивился Сучков. – Тогда несколько наводящих вопросов. Скажи-ка, какие органы регламентируют и контролируют деятельность в сфере вывоза и утилизации ТБО, ЖБО и в целом сегмент ЖКХ?

– Ну, налоговая, жилинспекция, комитет по экологии при администрации.

– Сколько в городе экологических организаций?

– Кажется, ни одной.

– А кто является источником всех экологических новостей и событий в городе?

– Да сама же администрация и является. Ну, иногда еще побузят какие-нибудь городские сумасшедшие.

– То есть фактически экологическая движуха никем, кроме администрации не контролируется.

– Нет.

– Тогда что тут непонятного? Немного вложившись, ты становишься единственным альтернативным игроком на данном рынке. Если тебя пугают материальные издержки, то по практике это не более 50 тысяч рублей в месяц. Ты с такой адской суммой справишься?

– Без проблем…

– Рад, что ты, наконец, согласился. И поэтому вновь напоминаю о двух заданиях, которые необходимо выполнить. Итак, через три дня в минюст должна быть подана заявка на регистрацию экологической организации, плюс должен появиться медиаменеджер. Отговорки вроде «дали объявление, но никто не пришел» не принимаются. Выполненное задание – это медиаменеджер, который через три дня физически присутствует на нашем первом совещании. Там еще будет несколько моих специалистов. Вместе мы составим план работы. Дел предстоит немало. Нужно будет пригреть на груди большинство «городских сумасшедших». Организовать несколько круглых столов и дискуссий. Запустить волну мониторингов. Например, мониторинг чистоты воды и воздуха, состояния свалок и прочих объектов сферы ЖКХ. Под особый контроль возьмем показатели, которыми чиновники вашей администрации отчитываются перед вышестоящим областным начальством и перед федералами.

– Понял – будем их мочить! – обрадовался я.

– Почему же мочить? Так ты сразу попадешь в разряд маргиналов, а из этого сегмента потом сложно выбраться. Важно, чтобы у чиновников перед глазами постоянно находился экологический кнут и пряник одновременно. Их ведь можно и хвалить. Показывать титанические усилия в борьбе за экологию. Периодически даже награждать. Например, ежегодной премией, учрежденной твоей экологической организацией – эдаким экологическим «Оскаром». Есть неписаное правило, кто вручает «Оскара», тот и главный в индустрии.

«Почему до такой элементарной вещи никто не догадался?» – подумал было я, но размышлять было некогда.

– Итак, мишень для первого красного флажка определили, – продолжал Сучков. – Переходим ко второму флажку. Как дела на политическом олимпе? Ты состоишь в какой-нибудь партии?

– Нет, я беспартийный.

– Неплохо, – сказал Сучков. – Хорошо, что не успел вляпаться в оппозицию. Кто там у вас главный в правящей партии. Кто принимает ключевые решения?

– Не знаю. Лично я вне политики. Да и вряд ли политика в нашем городке оказывает хоть какое-то влияние на бизнес.

Сучков покачал головой.

– Могу дать голову на отсечение, что все твои более успешные конкуренты заседают в местном политсовете правящей партии или числятся в каких-нибудь депутатах.

– Ну и что?

– А то, что у них в графе «общественно-политический вес» десять баллов, а у тебя ноль. Игнорировать данный расклад можно в какой угодно отрасли, только не в ЖКХ.

Можно, конечно же, отыскать политического агента влияния или внедрить туда своего сателлита, но извини – ты не транснациональная корпорация, чтобы проделывать подобные фокусы. Так что красный флажок в раздел «политика» тебе придется втыкать лично. И скорее всего тебе это даже понравится.

Возражать я не стал. О том, чтобы заняться политикой, я периодически задумывался, но не знал с какого бока к этому подступиться.

– Чтобы заработать авторитет в правящем партийном клане, не обязательно биться на выборах, можно зайти с черного хода, – уточнил Сучков. – Попросить местного партийного секретаря поручить тебе реализацию какого-то партийного проекта. Ну, например, экологического, что через пару месяцев будет сделать проще простого. Местное партийное отделение будет отчитываться твоими мероприятиями перед вышестоящим руководством, а ты в это время будешь потихоньку набирать политические баллы.

– Но захватить руководство партией точно не удастся, – выпалил я.

– Ну, ты махнул. А зачем захватывать? Достаточно войти в местный политсовет, в закрытый клуб, в котором можно обзавестись полезными связями.

– Я и так многих знаю.

– А вот знают ли они тебя?

Что-то видимо блеснуло в моих глазах.
Сучков это почувствовал.

– Не обижайся. Многим свойственно переоценивать свой общественный статус. А стартовую позицию лучше принимать такой, какая она есть в реальности. Сейчас ты молодой средней руки коммерсант. Только в таком качестве тебя и воспринимают. Двигаясь в соответствии с нашим планом, ты постепенно обзаведешься важным апгрейдом: приставкой общественный деятель, член политсовета и так далее и тому подобное. Это как в боксе – ты не можешь сразу выйти на ринг и боксировать на равных с тяжеловесами, тебя просто вынесут с ринга после первого же пропущенного удара. Сначала нужно набрать вес, обрасти мышцами. Научиться приемам, которых нет у соперников.

– В принципе понятно, – кивнул я.

– Чтобы закрыть тему общественного статуса, нужно определиться – кого мы берем в союзники? Скажите-ка, кто у вас в городе самый крутой олигарх?

– Паровозов, – почти хором ответили все *(**прим:** фамилия изменена)*

– Слышал о таком. Металлургия плюс нефть. Отличное сочетание. Нужно будет выяснить, кто и по какой цене вывозит ТБО и ЖБО с его предприятий. У этого Паровозова есть любимое хобби?

– На лошадях помешан. Конно-спортивную школу содержит, говорят, и свой конезавод есть, – проинформировал кто-то.

Сучков вопросительно посмотрел на меня.

– На лошади кататься умеешь?

– Нет, - улыбнулся я. – По-моему, это перебор.
Я, конечно, учился когда-то в театральном,
но у нас здесь не Бродвей?

– Точно, не Бродвей и не Голливуд,
все намного сложнее…

Сучков замер, словно о чем-то вспоминая, решая говорить или нет, а затем все-таки произнес:

– Когда-то ко мне обратилась одна женщина. Она работала в серьезной кампании, знала бизнес лучше всех остальных, но ее все никак не назначали на должность, о которой она мечтала. Вместо нее постоянно назначали каких-то некомпетентных мужиков. Мы испробовали много способов, но ничто не работало. Она почти уверовала в то, что мужской менталитет членов совета директоров ей никогда не побороть. Я же верил и продолжаю верить в то, что невыполнимых миссий не существует. Нам тогда помог рекордный, едва ли не сотый по счету «красный флажок». Несколько членов совета директоров увлекались хоккеем. У них была команда, которая играла в ночной хоккейной лиге. Это были грузные, пожилые, с одышкой мужики. В защите еще кое-как стояли, а вот бегать в нападении сил уже не хватало. Моя же клиентка в юности была мастером спорта по фигурному катанию и на коньках летала, словно ветер. Когда мы стали обучать ее игре в хоккей, она даже правил не знала. Скандалила, сопротивлялась, ругалась, считала пустой затеей. Но постепенно увлеклась, а через полгода стала звездой команды. «Харламов в юбке», так ее в шутку все называли. Сейчас уже с ней никто не шутит. Теперь она в совете директоров – председательствует.

Сучков посмотрел на меня. Я кивнул в знак того, что уже готов учиться хоть в хоккей играть, хоть на лошади скакать.

– В техзадании, которое ты недавно так четко сформулировал, – продолжил Сучков, – написано следующее: «поменяться местами с двумя самыми успешными компаниями в городе».

Следовательно, у тебя есть понимание – как все должно выглядеть и кто те люди, чье место ты желаешь занять. Это здорово. Это означает, что ты не улетел в космос и цели твои более чем реальны. Но вот в чем соль! Есть только один способ осуществить твою мечту безопасно. Нужно сделать так, чтобы через определенное время все руководители, учредители, соучредители, их жены, дети, друзья, любовницы, менеджеры, чиновники и прочие бенефициары данного рынка сами пришли к нужному тебе решению. Любой иной вариант означает жизнь в состоянии войны. Поэтому обкладывать всех красными флажками придется методично и очень аккуратно.

Я многозначительно обвел взглядом аудиторию

– В секрете это все уже не удержать…

– Мы и не будем. Во-первых, в это мало кто поверит.
А во-вторых, ты еще не знаешь, какова суть нашей будущей сделки! – усмехнулся Сучков.

Затем Сучков обратился к аудитории:

– А какое у вас по счету совместное занятие?

– Десятое, - почти хором ответила аудитория.

– Сколько народа было в самом начале?

– В три раза больше.

– Ого! Это означает, что у вас сформировался костяк, и ходите вы сюда не потому, что хотите чему-то научиться, а потому что вам интересно друг с другом. Уже придумывали совместные проекты?

– Да тыщу раз…

– А как вам наш проект по завоеванию рынка ТБО и ЖБО? Ну а заодно и всей сферы ЖКХ в городе?

– Круто! – ответ прозвучал почти хором.

– Да вы почти банда! Осталось только роли расписать.
А теперь конкретный вопрос: журналисты в аудитории есть?

– Есть, – одна из девушек буквально подпрыгнула на стуле.

– Похоже, у нас нашелся медиаменеджер! – сказал Сучков и воззрился на меня.

Я кивнул, потому что и сам хотел сделать этой девушке подобное предложение.

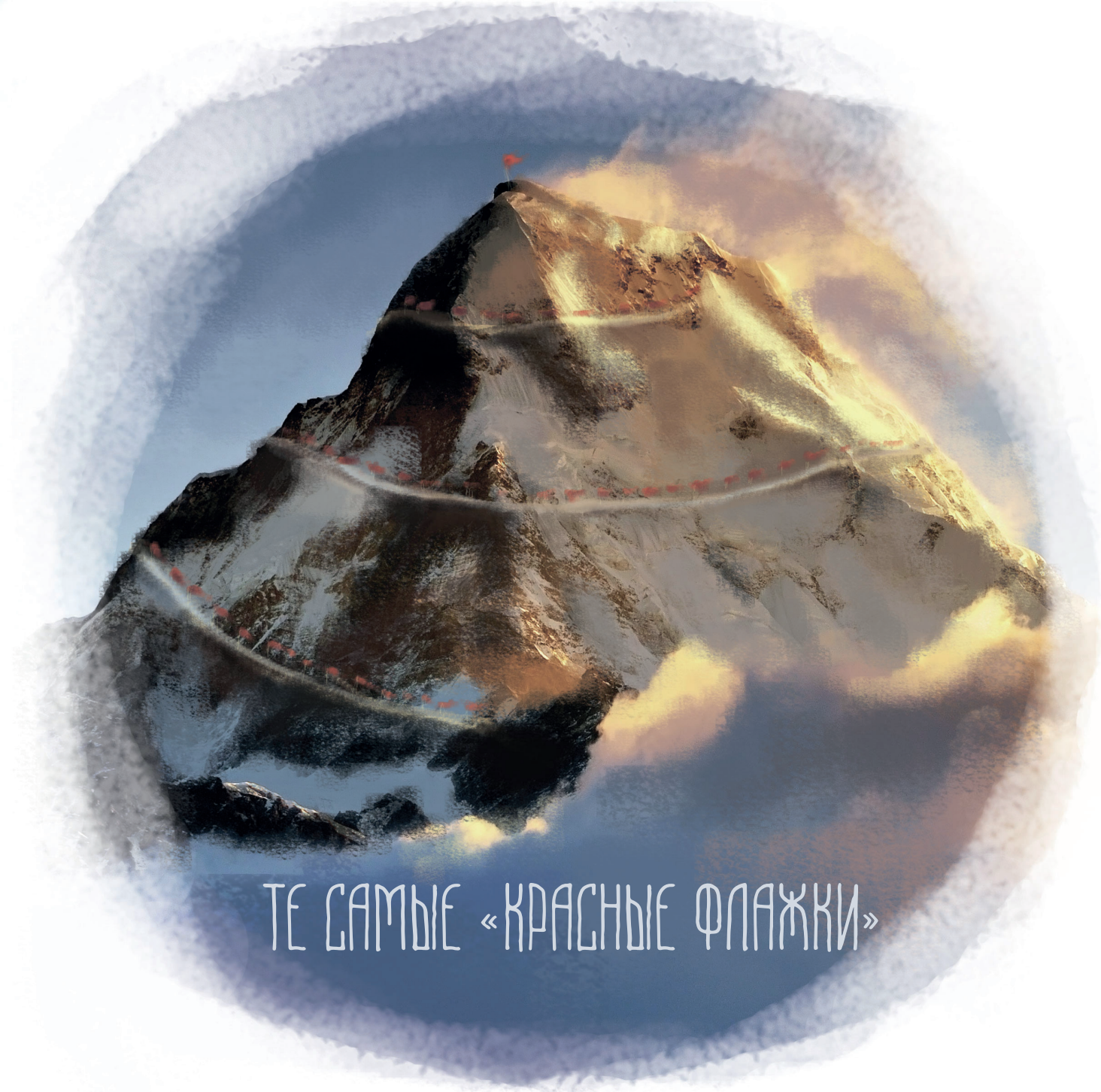
– Один пункт из списка задач, похоже, выполнен, – Сучков посмотрел на часы. – Но от графика отстаем. Очень долго боремся с возражениями. Пора заниматься делом. Сейчас я расскажу, что мы будем делать дальше.

– Наш проект будет длиться полгода плюс-минус месяц. Этого времени обычно хватает, чтобы получить результат. Касается как небольших проектов, так и глобальных.

Раз в неделю будет одно общее совещание, в котором буду участвовать лично я. Там будем составлять и прорабатывать основную матрицу действий. Затем детализация и коррекция. В этом помогут мои помощники – их 11 человек. Сразу предупреждаю: если на совещании мы решили что-то делать – это нельзя не выполнить, ни под каким предлогом. Ясно?

– Ясно…

– Такова общая схема. Теперь чуть более подробно о том, как и в какой очередности мы будем использовать весь наш набор инструментов – те самые «красные флажки».


ТЕ САМЫЕ «КРАСНЫЕ ФЛАЖКИ»

ПЕРВЫЙ ФЛАЖОК

«КНУТ И ПРЯНИК ДЛЯ ЧИНОВНИКА»

Его запускаем в виде экологического проекта, о котором мы уже говорили. Через трое суток встречаемся на совещании, разрабатываем план-график, назначаем исполнителей.

ВТОРОЙ ФЛАЖОК

«ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЛИФТ»

Его начинаем с анкетирования. Каждому из вас будут розданы анкеты, где будет всего один вопрос: «Составьте рейтинг влиятельности персон вашего города». В таблице будет три графы: политики, чиновники, предприниматели. На обратной стороне каждой анкеты – рубрика комментарии. Этой рубрике уделите особое внимание. В комментариях обычно и видна реальная картина мира. Например. Если кто-то из респондентов вдруг произнес фразу: «Глава Администрации по пятницам в бане парится не с женой, а с секретаршей», то эта фраза обязательно должна быть увековечена в рубрике комментарии.

– Должен сразу сказать, что параллельно с вашим опросом в городе поработает и профессиональное агентство, которое будет опрашивать население на улицах. Несколько моих помощников пройдутся по вашим «городским авторитетам». Они возьмут «глубинные интервью» у первых лиц города, а также в местах сосредоточения слухов и сплетен, таких как советы ветеранов, союзы инвалидов, профсоюзы, редакции газет и у прочих общественников. Затем мы сведем все данные в единую таблицу и на втором нашем совещании составим карту приоритетных фамилий, с которыми нам предстоит работать.

ТРЕТИЙ ФЛАЖОК

«СОЮЗНИКИ И ПОПУТЧИКИ»

Ищем общих знакомых с выбранным нами в качестве возможного союзника олигархом по фамилии Паровозов. Собираем на него досье. Прикрытие очень простое. В городе создается новый городской информационный портал, новое электронное СМИ, в котором вы подрабатываете корреспондентами.

– Что за СМИ? – спросило несколько человек одновременно.

– А это мы сейчас спросим у медиаменеджера?

Девушка только что назначенная медиаменеджером уже поймала волну и выпалила.

– «В городе ИКС» – такое название пойдет?

– Круто, – сказал Сучков и обратился к аудитории.

– Айтишники в зале есть?

– Нет…

– Жалко. Придется мучить своего. На создание сайта нового СМИ под названием «В городе ИКС» уйдет дня три. Столько же и на создание экологического сайта. Думаю, что через неделю запустимся.

ЧЕТВЕРТЫЙ ФЛАЖОК

«ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБВОЛАКИВАНИЕ»

Сучков вновь обратился к медиаменеджеру:

– Сколько уникальных текстов в день можешь генерить?

– Если качественных, то десять не больше.

– А стыренных в рерайте?

– Штук двадцать.

– Итого, тридцать. Отлично. Давай уменьшим общую цифру до двадцати. Уверен, что этого будет достаточно.

– Фигня вопрос! – обрадовалась девушка.

– Итак, мы обсудили платформу для создания городского информационного портала. Делать из него настоящее лицензированное электронное СМИ или же ограничиться просто сайтом – это мы решим на нашем третьем совещании, где займемся медиа-планированием. Сразу оговорюсь, что в последнее время выгодней использовать сторонние СМИ, чем содержать собственное. Но, так или иначе, всегда необходим некий источник информации, с которого можно запустить необходимую нам медиа-волну.

ПЯТЫЙ ФЛАЖОК

«БИЗНЕС-ПРОКАЧКА»

Он касается непосредственно бизнеса, его конкурентной составляющей. Сначала все тщательно изучим и проанализируем. По итогам первичного анализа сделаем выводы, как поступить дальше. Возможно, возникнет необходимость изучить работу лидеров отрасли в других городах и регионах. Возможно, придется внедриться к конкурентам, подсмотреть как там у них?

Сучков подошел ко мне ближе.

– Относительно твоей компании и персонала, который сейчас там работает. Сразу же хочу озвучить важную базовую вещь. Никаких шагов по сокращению издержек и внедрению всяких там новых ки-пи-ай, ущемляющих чьи-то полномочия, мы делать ни в коем случае не станем. Знаю, что многие консультанты новой волны грешат подобным. Придут, нарисуют кучу сложных схем с труднопроизносимыми названиями, дадут персоналу невыполнимые планы с системой штрафов, сократят премии, а потом восхищают собственника цифрами в отчетах, положительным сальдо. Ну а через полгода все разваливается, потому что выжжена внутренняя атмосфера. Такой путь точно не наш.

Позитивная атмосфера в коллективе – это даже не красный флажок, это знамя полка. Знамя, которое должно реять, а не болтаться.

Сучков пристально взглянул на меня.

– У знамени, кстати, есть две стороны. Ко второй, очень важной, мы как раз сейчас и подобрались. Ты женат?

– Разведен, – ответил я, почему-то ожидая подобного вопроса.

– Дети есть?

– Сын. Ему тринадцать лет

– А любимая женщина?..

– Нуууу….

– Понял, – Сучков кивнул. – Об этом поговорим наедине.

Я начал подниматься со стула…

– Как раз хотел сказать, что нам надо бы поговорить тет-а-тет, – произнес я.

Сучков сделал жест, чтобы я садился.

– Сэкономим время. Давай я сразу отвечу тебе на тот вопрос, который ты хочешь задать наедине. Ты ведь хотел спросить про деньги? Сколько это все будет стоить?

Я кивнул и сел.

– Стоимость услуг моего «Бюро» весьма приличная, но с тебя я не возьму ни копейки. Я уже говорил в самом начале разговора – мне нужна сделка.

– Доля? – попытался угадать я.

– Нет.

– Душу продать! – крикнул кто-то и все вокруг засмеялись.

– Что-то вроде. У кого есть нож, будем кровью расписываться, – сквозь смех произнес Сучков.

Когда аудитория успокоилась, он продолжил:

– Моя мотивация предельно цинична и проста. В методе под названием «100 красных флажков» обнаружился изъян. Там не хватает важного – 101-го флажка, который бы работал не только на клиентов, но и на меня лично и мое «Бюро». Пока вместо него есть только анти-флажок. Он звучит так: «почти полное отсутствие публичной рекламы наших услуг».

– Не понял, – честно признался я.

– За то время, что мы общаемся, ты, наверное, догадался, что ремесло, которым я занимаюсь, не слишком то публичное. Озвучивать «истории успеха» с названиями фирм и фамилиями клиентов нельзя. Сами клиенты тоже не слишком-то заинтересованы в огласке.

– «Сапожник без сапог», – произнес кто-то.

– Совершенно верно, – Сучков кивнул. – Поэтому и возникла необходимость в некоем рекламном продукте.

Сучков показал пальцем в угол, где сидел какой-то незнакомец.

– Вон там сидит мой коллега по работе, по профессии журналист. Он все записывает, чтобы ничего не упустить. Я пока не знаю, как именно должен выглядеть конечный рекламный продукт. Будет ли это брошюра, буклет, книга, ролик, сайт или нечто иное. Вполне возможно, что основой продукта станет как раз наш сегодняшний разговор. Для меня важно только одно: продукт должен давать потенциальному клиенту достаточно четкое представление, что его ждет и КАК ЭТО ВСЕ ПРОИСХОДИТ?

В аудитории на какое-то мгновение воцарилась тишина.

– А если ничего не получится? – наконец спросил я.

– Сделка действительна только в том случае, если ты будешь окончательно уверен в том, что метод работает, – ответил Сучков.

– Но, прочитав брошюру или книгу, в городе все про все узнают…

– Скорее всего – да. Как раз из-за этого нам придется отказаться от некоторых спорных и неоднозначных методов – например, мы не будем использовать флажок под названием «декапитализия конкурентов». Придется работать исключительно на позитиве. Скорее всего, это увеличит срок реализации проекта. Но публичный рассказ – это обязательное и единственное условие нашей сделки. В противном случае, мне нужно будет искать другого главного героя.

– Меня, меня берите! – поднял руку рыжеволосый парень, сидящий возле стены. – У меня три кафешки. Хочу избавиться от всех конкурентов.

– Пригласи их в свое кафе и отрави, как недавно меня! – пошутила сидящая с ним рядом девушка.

Аудитория слабо поулыбалась. Все ждали развязки.

– Все самое лучшее и интересное живет по законам драмы, – произнес Сучков. – Когда наше собрание закончится, и вы станете гуглить мое Ф.И.О не поверхностно, как сейчас, а более внимательно, то на большинстве ресурсов обнаружите на первый взгляд странное выражение:

«Далеко не каждый может стать нашим клиентом, к этому нужно быть готовым».

Это касается не только финансовых возможностей. Богатых людей достаточно. Прежде всего, это означает принятие определенной драматургии и режиссуры. Без лизоблюдства и приплясываний перед кошельком, без сваливания в кровавый хоррор, без крайностей. Душим тоже по-умному, «в дружеских объятьях», не падая за грань добра и зла.

Сучков забрал у меня красный флажок, который я нервно вертел в руках.

– Ты говорил, что учился в театральном. Тогда лучше других знаешь о том, что живых, проникновенных историй не бывает без главного героя. И это касается всего – любых продуктов, даже обычной рекламной брошюры.

Сучков положил флажок в карман, взглянул на часы и сказал.

– Время истекло. Пора принимать решение. Итак…

Итак. Меня зовут, Валерий Артюхов. С момента «того самого» собрания прошел год.

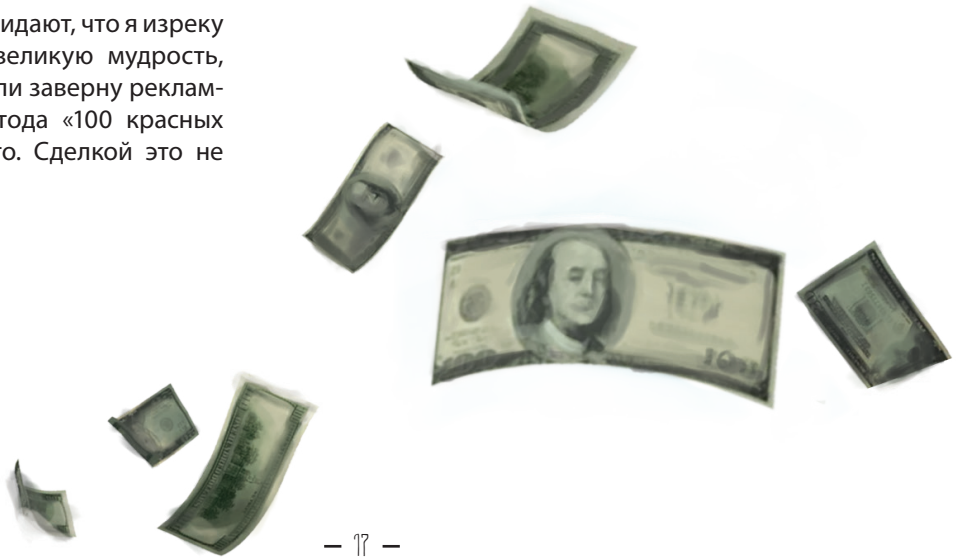
Сейчас я руковожу АО «Единая региональная управляющая компания». Туда входит 41% компаний региона, оказывающих услуги в сфере ЖКХ. Дела идут хорошо, поэтому многие коллеги хотели бы к нам присоединиться, но антимонопольщики против. Строим планы о выходе за пределы региона.

Что касается личной жизни – женился во второй раз. Тот самый медиаменеджер с первого собрания стала спутницей жизни. Теперь у нас с ней два важных совместных проекта – медиа-холдинг и дочка.

Выполняя условия сделки, я написал данный текст. Не самостоятельно, конечно. Помог тот парень-журналист, что во время собрания сидел в углу и все записывал. Он придал данному продукту законченный литературный вид.

Многие сейчас, наверное, ожидают, что я изреку какую-то заключительную великую мудрость, расскажу подробности, ну или заверну рекламный слоган о крутизне метода «100 красных флажков». Ничего подобного. Сделкой это не предусматривалось.

А посему – вынимаю из стола очередной 92-й по счету флажок и говорю – всем пока…



Текст: Михаил Кожевников
Дизайн: Катерина Улитина

Обратная связь через электронную форму на сайте:

WWW.POLITTECHNOLOGY.ORG