

От автора

Моя первая работа научила меня очень быстро есть. Я переводила переговоры в голодные перестроечные годы. Собеседники говорили и ели по очереди, а мне приходилось переводить непрерывно, так что до сих пор я не могу отучиться от привычки быстро заглатывать любую, даже самую изысканную еду. Следующая работа научила меня справляться с целой аудиторией усталых взрослых людей: я вела математический анализ на географическом факультете МГУ последней «парой», когда за окном было уже темно, шел дождь, а вся дорога вокруг здания университета была покрыта мокрыми опавшими листьями. Мы пускали кленовый листок по рядам, и все желающие писали на нем вопросы и шутки.

В 1993 году, когда аспирантский заработок сравнился со стоимостью килограмма помидоров, а один из доцентов стал мне платить за то, что я вела вместо него семинары, пока он раскручивал бизнес по торговле сахаром, я ушла из академической среды. Моя следующая работа была в IBM. А с 1996 года я живу в Америке — оказалось, что строить карьеру в большой корпорации можно, меняя континенты, страны, дисциплины, должности и технологии.

Я начинала свою работу в США в качестве руководителя операций одного из дивизионов на развивающихся рынках, позднее переключилась и на другие области, сопряженные с быстро растущим или новым бизнесом. В 2006 году я заняла должность директора стратегии и маркетинга

UNIX-серверов IBM Power Systems, через год возглавила бизнес IBM в области Linux и параллельно, но независимо от этого — один из отделов слияния компаний. В конце 2009-го я стала вице-президентом по маркетингу и продажам системного программного обеспечения. В этой роли я отвечаю за запуск нового стратегического бизнеса IBM и изменения модели продаж в дивизионе аппаратных средств.

Конечно, каждая последующая работа учила меня чему-то новому: запускать измеримые маркетинговые кампании более чем в ста странах, рекомендовать компании к покупке, выступать перед аудиторией, строить отношения с аналитиками и прессой, определять структуру нового подразделения и руководить крупной организацией. Но ни в 1996 году, ни позже я не думала о карьере как таковой. Как и многие люди на ранних стадиях карьерной лестницы, я еще не разделяла работу, будь то запуск маркетинговых компаний или заключение партнерских соглашений, и процесс планирования своего собственного продвижения по уровням управленческой иерархии. Я не задумывалась над тем, какое место выбрать следующим и как его получить, как приобрести необходимые для него навыки, как строить отношения с руководителями, коллегами и подчиненными.

Однако независимо от того, чем человек занимается в компании — финансами, продажами, разработками, производством или маркетингом, — ему стоит задуматься, на какой уровень он хочет выйти в течение следующих пятидесяти лет. Поставив задачу, он может наметить поэтапный план: какие работы могут привести к желаемой цели, чему надо научиться и какие результаты продемонстрировать, чтобы одну из них получить, каким образом можно перейти на одну из таких позиций.

Эта книга не относится к числу учебников или сборников теоретических советов, следуя которым вы гарантированно добьетесь успеха. Это попытка осмыслить и озвучить

собственный опыт построения карьеры в крупной американской компании в надежде, что он может быть полезен другим. Моя книга будет особенно интересна тем, кто строит карьеру в бизнес-областях (маркетинг, финансы, продажи, слияния компаний и т. п.) в крупных американских и европейских компаниях, как в их российских филиалах, так и за рубежом. Многие советы могут быть актуальны и для более широкой аудитории — всем, кому приходится проводить или проходить интервью при приеме на работу, строить сеть контактов в индустрии, сталкиваться с «трудными» коллегами и начальниками или задумываться о получении степени MBA.