

## Глава 2

# Как вам известно...

Примерно месяц назад мне позвонил приятель моего приятеля, а может быть, приятель друга одного приятеля — словом, дальний знакомый.

— Я подумываю переехать в Лос-Анджелес и устроиться работать в Голливуд, — сказал он. — Что вы мне можете посоветовать?

— Посмотрим, что я смогу сделать, — ответила я.

После того как мы познакомились поближе и немного пообщались, я спросила:

— Вы читали какие-нибудь книги, касающиеся переезда в Лос-Анджелес?

— М-м-м... нет.

— А какие-нибудь книги о Голливуде?

— Честно говоря, нет.

— Послушайте, Голливуд — сложная система, перед вами много разных путей. Пожалуй, вам стоит прочесть пару книг, которые могут заинтересовать вас. Список есть у меня на сайте. Потом позвоните мне снова, и я буду рада помочь вам сделать следующий шаг.

Перезванивают не все, но те, кто связывается со мной снова, несомненно, получают полезные для себя сведения. Кроме того, они заручаются моим уважением за то, что справились с домашним заданием. Но важнее другое: прочитав книги, которые до них читали многие мэтры Голливуда, они получают представление о том, как находить точки соприкосновения с любым, кто встретится им в этой среде.

Это обеспечивает им существенное преимущество в ходе построения гармоничных взаимоотношений.

## **То, что вы знаете, помогает вам строить отношения с теми, кого вы знаете**

Я уверена, что это для вас не новость. Вы понимаете, что существуют вещи, которых вы не знаете, но которые вам следовало бы знать. Возможно, у вас есть целая куча книг и журналов под кодовым названием «как-нибудь поизучаю», но дела у вас идут хорошо, и схватывать *все* просто нет времени. Поверьте, я вас хорошо понимаю. У меня тоже была такая куча.

## **Информация — это больше чем инструмент**

Многие считают, что информация — это то, что мы получаем при необходимости, нечто вроде инструмента, который достают из ящика. Если нам нужно что-то узнать, мы лезем в Интернет. Ищем нужное. Звоним кому-то, кто читал книгу, которую нам так и не хватило времени прочесть.

Однако когда мы понимаем крайнюю важность быстрого налаживания контакта с другими, информация становится чем-то более важным, нежели просто инструмент. Общие знания — это мост между мыслями продавца и покупателя. Это отправной пункт разговора и основа для поиска точек соприкосновения.

Ясно, что в попытках усвоить всю без исключения информацию, касающуюся вашей работы, можно провести оставшуюся жизнь. Я вас к этому не призываю. Я советую развивать свою базу знаний, которая позволит вам быстрее находить точки соприкосновения и создавать гармонию отношений.

## **Разбирайтесь в своей отрасли**

Вы можете хорошо знать собственную отрасль, но, расширив свой опыт, сможете без труда общаться на темы, важные для покупателя, и получать в беседе ценную для вас информацию.

- Знайте каноны своей отрасли. Ваш бизнес формировался множеством людей, работавших в этой сфере до вас, и немало из них написали о своем опыте. По прочтении их книг вы станете лучше разбираться в актуальных вопросах, сможете определять предмет разговора по кратким упоминаниям, сделанным вскользь вашими собеседниками.
- Будьте в курсе последних тенденций. Имейте представление о новых разработках в нужной области. В этом вам помогут популярные книги и журналы о вашей профессии. Также, если вы пытаетесь установить контакт с представителем другой отрасли, читайте те журналы, которые, по вашему мнению, читает он.
- Получайте свежую информацию. Делайте закладки на самых популярных веб-сайтах в вашей отрасли и читайте их каждый день. Чаще всего новости публикуются именно в Интернете. Вы будете одним из первых, кто их узнает.

## Знайте конкретного покупателя

Через год после выхода фильма «Блондинка в законе» ко мне явилась группа сценаристов и предложила еще одну версию того же сценария, практически без изменений. Идеи были те же самые, точь-в-точь, разве что вместо юридического факультета героиня училась на медицинском. Назывался сценарий, кажется, «Доктор Блондинка». Я спросила, известно ли им, что MGM выпустила «Блондинку в законе». Они этого не знали. Я спросила, знают ли они, что я была одним из руководителей проекта этого фильма. Они не знали и этого. Я поинтересовалась, нет ли у них чего-нибудь еще. Было. Героиня другого их сценария была шпионом. Сценарий назывался «Джеймс Блонд».

Это, конечно, крайний случай, но, надеюсь, вы поняли, о чем я. Прежде чем входить в переговорную, узнайте как можно больше о тех, кто в ней находится. Любая деталь поможет вам представить, что происходит у них в голове. Это способствует достижению гармонии и может вам создать такую презентацию, которая запомнится потенциальному покупателю.

- Наведите справки о компании, которую представляет покупатель. Что о ней пишут? Какое положение она занимает в своей индустрии? Над какими проектами она в последнее время работала?
- Определите роль самого покупателя в компании. Фигурировал ли он когда-либо в новостях? Чем он занимается в компании? Каково его положение в организационной структуре?
- Реагируйте на профессиональное окружение покупателя. Кто еще работает в компании на его уровне или выше? Что вы знаете об этих людях?

## **Расширяйте общие познания**

Часто мы достаточно осведомлены о предмете разговора, чтобы задать один вопрос или, может быть, дать комментарий-другой. Дальше мы ограничиваемся улыбками и кивками и думаем, как бы сменить тему. Вот и упущенная возможность. Если вы в состоянии продолжать разговор на более глубоком уровне, вы с большей вероятностью наладите контакт с собеседником.

- Читайте журналы, которые обычно не стали бы читать. Если вы читаете экономическую прессу — попробуйте научно-популярную. Если мужской гляцевый журнал — загляните под обложку женского. Узнайте, каково на той стороне. Читайте то, что вас заинтересует, но будьте открыты для самых разнообразных тем. Возможно, имеет смысл делать подборку заинтересовавших вас материалов.
- Обзаведитесь пишущим видеомagneфоном и следите за телеэфиром. Я знаю, что многие неодобрительно относятся к телевидению и считают его пустой тратой времени. Однако современные технологии и разнообразие доступных программ кабельного и спутникового вещания превращают телевидение в эффективный способ изучения самых различных тем, от бизнеса до науки, искусства и спорта.

- Слушайте радио и подкасты. Из огромного разнообразия программ выберите те, которые вы сможете слушать в дороге, во время занятия в спортзале или на прогулке.

Возможно, это покажется вам очень трудоемким. Так и есть. Однако эта часть работы может стать развлечением. Вообще говоря, она и должна быть таковой. Если вы следуете за своим любопытством и сосредоточены на том, что вас интересует, вам удастся найти на это время в своем плотном графике. Вы в числе немногих будете всегда пребывать в курсе происходящего в вашей индустрии. А главное — вы сможете налаживать гармоничный контакт с ответственными лицами быстрее и легче, чем когда-либо раньше.