

THE

THE ONLY DIFFERENCE BETWEEN SUCCESS AND FAILURE

10X

GRANT CARDONE

NEW YORK TIMES BESTSELLING AUTHOR OF
IF YOU'RE NOT FIRST, YOU'RE LAST

RULE

THE

THE ONLY DIFFERENCE BETWEEN SUCCESS AND FAILURE

10X

GRANT CARDONE

NEW YORK TIMES BESTSELLING AUTHOR OF
IF YOU'RE NOT FIRST, YOU'RE LAST

RULE

Zawartość

[Pokrywa](#)

[Strona tytułowa](#)

[prawa autorskie](#)

[Poświęcenie](#)

[Wstęp](#)

[Rozdział 1: Czym jest reguła 10X?](#)

[Rozdział 2: Dlaczego zasada 10X jest ważna](#)

[Rozdział 3: Czym jest sukces?](#)

[Sukces jest ważny](#)

[Rozdział 4: Sukces to twój obowiązek](#)

[Przestań się okłamywać](#)

[Rozdział 5: Sukcesu nie brakuje](#)

[Rozdział 6: Przejmij kontrolę nad wszystkim](#)

[Rozdział 7: Cztery stopnie działania](#)

[Pierwszy stopień działania](#)

Drugi stopień działania

Trzeci stopień działania

Czwarty stopień: masowe działanie

Rozdział 8: Średnia to zawodna formuła

Rozdział 9: 10x gole

Rozdział 10: Konkurencja jest dla maminsyków

Rozdział 11: Wyrwanie się z klasy średniej

Dochody klasy średniej

Rozdział 12: Obsesja nie jest chorobą; To prezent

Rozdział 13: Idź „na całość” i przesadzaj

Rozdział 14: Rozwiń — nigdy nie zmów

Rozdział 15: Spal miejsce

Rozdział 16: Strach jest wielkim wskaźnikiem

Rozdział 17: Mit zarządzania czasem

Rozdział 18: Krytyka jest oznaką sukcesu

Rozdział 19: Zadowolenie klienta to zły cel

Rozdział 20: Wszechobecność

Rozdział 21: Wymówki

Rozdział 22: Sukces czy niepowodzenie?

1. Miej nastawienie „potrafię”

2. Uwierz, że „Rozwiążę to”

3. Skoncentruj się na

możliwościach 4. Wyzwania

miłosne 5. Staraj się rozwiązywać problemy

6. Utrzymuj, aż odniesiesz sukces

7. Podejmij ryzyko

8. Bądź nierozsądny

9. Bądź niebezpieczny

10. Twórz bogactwo

11. Szybko podejmij działanie

12. Zawsze mów „tak”

13. Zobowiązuj się nałogowo

14. Idź na całość 15.

Skoncentruj się na „Teraz”

16. Wykaż się odwagą 17.

Przymij zmiany 18. Określ i

przymij właściwe podejście 19. Przełam tradycyjne idee

20. Bądź zorientowany na cel

21. Bądź na misji

22. Miej wysoki poziom motywacji 23.

Interesuj się wynikami

24. Miej wielkie cele i marzenia
25. Twórz własną rzeczywistość
26. Najpierw zobowiąz się – odkryj
później 27. Bądź wysoce etyczny 28.
Interesuj się grupą 29. Bądź oddany
ciąglemu uczeniu się 30. Czuj się
niekomfortowo 31. „Sięgnij w górę” w
związkach 32. Bądź zdyscyplinowany

Rozdział 23: Pierwsze kroki z 10X

Słowniczek

o autorze

Indeks

The 10X Rule

**The Only Difference Between
Success and Failure**

Grant Cardone



John Wiley & Sons, Inc.

Copyright © 2011 Grant Cardone. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Wydane przez John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Opublikowany jednocześnie w Kanadzie.

Żadna część tej publikacji nie może być powielana, przechowywana w systemie wyszukiwania ani przekazywana w jakiekolwiek formie lub jakimikolwiek środkami, elektronicznymi, mechanicznymi, fotokopiowanymi, nagrywanymi, skanowanymi lub w inny sposób, z wyjątkiem przypadków dozwolonych w sekcji 107 lub 108 United 1976 United States Copyright Act, bez uprzedniej pisemnej zgody wydawcy lub autoryzacji poprzez wniesienie odpowiedniej opłaty za kopię do Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923, (978) 750-8400, faks (978) 646-8600 lub

w Internecie pod adresem www.copyright.com. Prośby o zgodę do Wydawcy należy kierować do Departamentu Pozwoleń, John Wiley & Sons, Inc., 111 River Street, Hoboken, NJ 07030, (201) 748-6011, faks (201) 748-6008 lub online pod adresem www.wiley.com/go/permissions.

Ograniczenie odpowiedzialności/zrzeczenie się gwarancji: chociaż wydawca i autor dołożyli wszelkich starań, aby przygotować tę książkę, nie składają żadnych oświadczeń ani gwarancji w odniesieniu do dokładności lub kompletności treści tej książki, a w szczególności zrzekają się wszelkich dorozumianych gwarancji przydatności handlowej lub przydatność do określonego celu. Żadna gwarancja nie może być ustanawiana ani przedłużana przez przedstawicieli handlowych lub pisemne materiały sprzedawcze. Porady i strategie zawarte w niniejszym dokumencie mogą nie być odpowiednie dla Twojej sytuacji. W razie potrzeby należy skonsultować się z profesjonalistą. Ani wydawca, ani autor nie ponoszą odpowiedzialności za utratę zysków lub jakiekolwiek inne szkody komercyjne, w tym między innymi szkody szczególne, przypadkowe, wtórne lub inne.

Aby uzyskać ogólne informacje na temat naszych innych produktów i usług lub pomocy technicznej, prosimy o kontakt z naszym Działem Obsługi Klienta w Stanach Zjednoczonych pod numerem (800) 762-2974, poza Stanami Zjednoczonymi pod numerem (317) 572-3993 lub faksem (317) 572-4002.

Wiley publikuje również swoje książki w różnych formatach elektronicznych. Niektóre treści, które pojawiają się w formie drukowanej, mogą nie być dostępne w książkach elektronicznych.Więcej informacji na temat produktów Wiley można znaleźć w naszej witrynie internetowej pod adresem www.wiley.com.

Dane dotyczące katalogowania w publikacji Biblioteki Kongresu:

Cardone, Grant.

Zasada dziesięciu razy: jedyna różnica między sukcesem a porażką / Grant Cardone.

p. cm.

Zawiera indeks.

ISBN 978-0-470-62760-0 (tkanina)

ISBN 978-1-118-06406-1 (ebk)

ISBN 978-1-118-06407-8 (ebk)

ISBN 978-1-118-06408-5 (ebk)

1. Sukces w biznesie. 2. Sukces. I. Tytuł. HF5386.C2543 2011 650,1 — sc22

2010052153

„Każdy, kto sugeruje mi robienie mniej, albo nie jest prawdziwym przyjacielem, albo jest bardzo zdezorientowany!”
—Przyznaj Cardone

Wstęp

Prawdopodobnie wziąłeś tę książkę i zastanawiałeś się, czym dokładnie jest ta reguła 10X? A jak mi to pomoże?

Reguła 10X to Święty Graal dla tych, którzy pragną sukcesu. Poważnie, jeśli jest koniec wszystkiego, bądź wszystkim — to jest to! Reguła 10X ustala właściwe poziomy działań i myślenia, które gwarantują sukces i zapewniają, że będziesz działać na tych poziomach przez całe życie i karierę. Reguła 10X rozpuści nawet lęki, zwiększy odwagę i wiarę w siebie, wyeliminuje zwlekanie i niepewność oraz zapewni poczucie celu, który ożywi Twoje życie, marzenia i cele.

Zasada 10X to jedyna zasada, z której korzystają wszyscy najlepsi gracze w najbardziej prosperujących obszarach swojego życia. Niezależnie od tego, jak zdefiniujesz sukces, ta książka pokaże Ci, jak zagwarantować jego osiągnięcie — z każdym marzeniem i w każdej ekonomii. Pierwszą rzeczą, która musi się wydarzyć, jest dostosowanie myślenia do poziomów 10X, a działań do poziomów 10X. Pokażę Ci, jak myśli i działania 10X uczynią życie łatwiejszym i przyjemniejszym oraz zapewnią Ci więcej czasu. Po spędzeniu całego życia na studiowaniu sukcesów, wierzę, że zasada 10X jest jedynym składnikiem, który wszyscy ludzie sukcesu znają i wykorzystują, aby stworzyć życie, którego pragną.

Reguła 10X pokaże Ci, jak zdefiniować właściwe cele, dokładnie oszacować wymagany wysiłek, rozpoznać, jak podejść do swoich projektów z odpowiednim nastawieniem, a następnie dokładnie określić, ile działań należy podjąć. Zobaczysz, dlaczego sukces jest gwarantowany, gdy działasz zgodnie z parametrami reguły 10X, i wreszcie zrozumiesz jedyne powód, dla którego większość ludzi nigdy nie osiąga sukcesu. Po raz pierwszy odkryjesz błąd, jaki ludzie popełniają podczas wyznaczania celów, który po ich wykonaniu w pojedynkę niweczy jakąkolwiek szansę na urzeczywistnienie tych celów. Dowiesz się również, jak dokładnie określić

odpowiedni wysiłek niezbędny do osiągnięcia dowolnego celu — o dowolnej wielkości. Na koniec pokażę Ci, jak sprawić, by operowanie na 10x poziomach stało się nawykiem i dyscypliną. I zaufaj mi — kiedy to zrobisz, sukces nie będzie tylko gwarantowany; będzie się nadal utrzymywał, dosłownie wytwarzając więcej — i praktycznie nie do powstrzymania — triumfów.

Zasada 10X to dyscyplina, a nie edukacja, prezent, talent czy szczęście. Nie wymaga jakiejś specjalnej cechy osobowości; jest dostępny dla każdego, kto chce go zatrudnić. Reguła 10X nic Cię nie będzie kosztować i zapewni Ci wszystko, czego kiedykolwiek chciałeś. Jest to sposób, w jaki jednostki i organizacje powinny podchodzić do tworzenia i osiągania wszystkich celów. Pokażę Ci, jak sprawić, by Reguła 10X była sposobem na życie i jedynym sposobem obsługi projektów. Pozwoli Ci wyróżnić się wśród rówieśników i branży, w której pracujesz. Sprawi, że inni będą postrzegać Cię jako niemal nadczłowieka i niezwykłego w swoich działaniach i zaangażowaniu w sukces. Rozpoznają Twój status jako wzór do naśladowania — nie tylko pod względem osiągnięć zawodowych, ale także tego, jak żyć pełnią życia.

Reguła 10X upraszcza i demisytynkuje fenomen tego, czym jest sukces i czego potrzeba, aby odnieść sukces. Osobiście największym błędem, jaki popełniłem, jest nieustawienie sobie wystarczająco wysokich celów — zarówno w osobistych, jak i zawodowych aspektach mojego życia. Do udanego małżeństwa potrzeba tyle samo energii, co przeciętne, tak samo jak zarobienie 10 milionów dolarów, tak samo jak zarobienie 10 milionów dolarów. Brzmi jak szalony? Nie jest — i zobaczyłeś to, gdy zaczniesz działać na poziomach 10X. Twoje cele ulegną zmianie, a działania, które podejmiesz, w końcu zaczną odpowiadać temu, kim naprawdę jesteś i do czego naprawdę jesteś zdolny. Zaczynasz podejmować działania, a następnie kolejne działania — i osiągniesz to, co sobie zaplanowałeś, niezależnie od warunków i sytuacji, z którymi się zmagasz. Pojedynczy, najważniejszy czynnik, który przyczynił się do sukcesu, jaki osiągnąłem w moim życiu, pojawił się w wyniku działania z regułą 10X.

Te koncepcje wyznaczania celów, osiągania celów i podejmowania działań nie są nauczane w szkołach, na lekcjach zarządzania, na szkoleniu przywódczym ani na weekendowej konferencji w Four Seasons. Nie istnieje żaden wzór — przynajmniej taki, który mógłbym znaleźć w jakiekolwiek książce — który określa prawidłowe oszacowanie wysiłku. Porozmawiaj z dowolnym dyrektorem generalnym lub właścicielem firmy, a on lub ona powie Ci, że obecnie wyraźnie brakuje wystarczającego poziomu motywacji, etyki pracy i działań następczych.

Niezależnie od tego, czy Twoim celem jest poprawa warunków społecznych na planecie, czy zbudowanie najbardziej dochodowej firmy na świecie, będziesz musiał użyć myśli i działań 10X, aby to osiągnąć. Nie jest to kwestia wykształcenia, talentu, znajomości, osobowości, szczęśliwych trafów, pieniędzy, technologii, bycia w odpowiedniej branży, czy nawet bycia we właściwym miejscu we właściwym czasie. W każdym przypadku, w którym ktoś stworzył masowe

poziomy sukcesu — czy to filantrop, przedsiębiorca, polityk, agent zmian, sportowiec czy producent filmowy — gwarantuję, że działał on zgodnie z regułą 10X podczas wspinania się i osiągania sukcesu.

Kolejnym elementem wymagany do osiągnięcia sukcesu jest umiejętności oszacowania odpowiedniej ilości wysiłku potrzebnego Tobie i Twojemu zespołowi do osiągnięcia celu. Stosując dokładny poziom niezbędnego wysiłku, zagwarantujesz osiągnięcie tych celów. Każdy wie, jak ważne jest wyznaczanie celów; jednak większość ludzi tego nie robi, ponieważ nie docenia ilości działań niezbędnych do osiągnięcia tego celu. Ustalenie właściwych celów, oszacowanie obowiązkowego wysiłku i działanie na odpowiednim poziomie działań to jedyne rzeczy, które zagwarantują sukces — i pozwolą Ci przebić się przez stereotypy biznesowe, konkurencję, opór klientów, wyzwania ekonomiczne, ryzyko niechęć, a nawet strach przed porażką przy podejmowaniu konkretnych kroków w celu realizacji marzeń.

Reguła 10X zapewni Ci sukces niezależnie od Twojego talentu, wykształcenia, sytuacji finansowej, umiejętności organizacyjnych, zarządzania czasem, branży, w której się znajdujesz, czy szczęścia. Używaj tej książki tak, jakby Twoje życie i sny od niej zależały, a nauczysz się działać na nowych i wyższych poziomach, niż kiedykolwiek myślałeś, że to możliwe!

Rozdział 1

Jaka jest zasada 10X?

Zasada 10X to jedyna rzecz, która zagwarantuje, że dostaniesz to, czego chcesz w ilościach większych, niż kiedykolwiek myślałeś, że możesz to sobie wyobrazić. Może działać w każdej dziedzinie życia — duchowej, fizycznej, umysłowej, emocjonalnej, rodzinnej i finansowej. Zasada 10X opiera się na zrozumieniu, ile wysiłku i przemyśleń potrzeba, aby cokolwiek zrobić pomyślnie. Są szanse, że jeśli spojrzesz wstecz na swoje życie, zobaczyś, że szalenie nie doceniłeś zarówno działań, jak i rozumowania niezbędnego do osiągnięcia jakiegokolwiek przedsięwzięcia do punktu, w którym można by go nazwać sukcesem. Chociaż sam dobrze sobie poradziłem w pierwszej części zasady 10X — oceniąc poziom wysiłku niezbędnego do realizacji celu — zawiodłem drugą część zasady 10X: dostosowanie mojego myślenia tak, aby odważyć się marzyć na poziomach, które wcześniej były niewyobrażalne. Omówię szczegółowo oba aspekty.

Studiuję sukces przez większą część trzech dekad i mam

odkryłem, że chociaż istnieje wiele zbieżności co do wyznaczania celów, dyscypliny, wytrwałości, skupienia, zarządzania czasem, wykorzystywania dobrych ludzi i nawiązywania kontaktów, nigdy nie byłem jasny w tej jednej rzeczy, która naprawdę robi różnicę. Setki razy pytano mnie na seminariach i wywiadach: „Jaka jest ta jedna jakość/działanie/nastawienie, które zapewni, że dana osoba odniesie niezwykły sukces?” To pytanie skłoniło mnie do zrozumienia, czy była jakąś rzecz w moim życiu, która zrobiła różnicę: „Jaka jedna rzecz, którą zrobiłem, zrobiła największą różnicę?” Nie mam jakiegoś genu, którego brakuje innym, i zdecydowanie nie miałem szczęścia. Nie miałem kontaktu z „właściwymi” ludźmi i nie chodziłem do jakiejś niebieskiej szkoły. Więc co sprawiło, że odniosłem sukces?

Kiedy patrzę wstecz na swoje życie, widzę, że jedyną rzeczą, która była najbardziej spójna z każdym osiągniętym przeze mnie sukcesem, było to, że zawsze robiłem 10 razy więcej aktywności niż inni. Na każdą prezentację sprzedażową, rozmowę telefoniczną lub spotkanie wykonane przez innych robiłem po 10 sztuk. Kiedy zacząłem kupować nieruchomości, spojrzałem na 10 razy więcej nieruchomości, niż mogłem kupić, a następnie złożyłem oferty, aby upewnić się, że jestem w stanie kupić to, co chciałem, po pożąданej cenie. Podszedłem do wszystkich moich przedsiębiorstw z ogromnymi działaniami; to był największy pojedynczy czynnik decydujący o każdym moim sukcesie. Byłem kompletną niewiadomą, kiedy budowałem swoją pierwszą firmę bez biznesplanu. Nie miałem żadnego know-how ani kontaktów, a jedyne pieniądze, jakie miałem, pochodziły z nowej sprzedaży. Udało mi się jednak zbudować solidny, rentowny biznes, po prostu wykorzystując i działając na poziomach działalności znacznie wykraczających poza to, co inni uważali za rozsądne. Wyrobiłem sobie markę – i w rezultacie dosłownie zmieniłem branżę.

Powiem jasno: nie sądzę, że osiągnąłem nadzwyczajny poziom sukcesu, ani nie sądzę, że wykorzystałem swój pełny potencjał. Zdaję sobie sprawę, że jest wielu ludzi, którzy odnoszą wiele razy więcej sukcesów – przynajmniej finansowo – niż ja. Chociaż nie jestem Warrenem Buffettem, Stevem Jobsem ani jednym z założycieli Facebooka czy Google, stworzyłem od podstaw wiele firm, które pozwoliły mi prowadzić ogólnie przyjemny styl życia. Powodem, dla którego nie udało mi się osiągnąć nadzwyczajnych poziomów sukcesu finansowego, jest to, że złamałem drugą część zasad 10X: sposób myślenia 10X. To byłby mój jedyny żal: nie podchodzę do swojego życia z odpowiednim nastawieniem. Właściwie ustaliłbym cele, które byłyby 10 razy większe od tych, o których marzyłem na początku.

Ale tak jak ty, teraz nad tym pracuję – i mam jeszcze kilka lat, żeby to naprawić.

W tej książce wielokrotnie wspominam pojęcie tworzenia „nadzwyczajnych poziomów” sukcesu. Nadzwyczajny z definicji oznacza wszystko na zewnątrz

sferę tego, co większość normalnych ludzi może osiągnąć i co robi. I oczywiście ta definicja będzie wtedy zależeć od tego, z kim lub z jaką klasą sukcesu się porównujesz. Zanim powiesz: „Nie potrzebuję nadzwyczajnych sukcesów”, „sukces to nie wszystko” lub „Chcę być po prostu szczęśliwy” lub cokolwiek innego, co możesz w tym momencie do siebie mruczeć, zrozum coś: aby aby przejść na wyższy poziom tego, co robisz, musisz myśleć i działać w zupełnie inny sposób, niż byłes wcześniej. Nie możesz przejść do następnej fazy projektu bez większego nastawienia, większego przyspieszenia i dodatkowej mocy. Twoje myśli i czyny są powodem, dla którego jesteś tam, gdzie jesteś teraz. Więc rozsądnie byłoby być podejrzanym o jedno i drugie!

Załóżmy, że masz pracę, ale nie masz oszczędności i chcesz mieć kolejne 1000 USD miesięcznie. A może masz obecnie 20 000 USD w banku i chcesz zaoszczędzić 1 milion lub Twój firma zarabia 1 milion USD rocznie na sprzedaży i chcesz by dostać się do 100 milionów dolarów. Może potrzebujesz znaleźć pracę, schudnąć 40 funtów lub znaleźć odpowiedniego partnera. Chociaż te scenariusze obejmują różne obszary twojego życia, wszystkie mają jedną wspólną cechę: osoby, która ich pragnie, jeszcze nie ma. Każdy z tych celów jest cenny i każdy będzie wymagał innego sposobu ich konceptualizacji i działania w celu ich osiągnięcia. Wszystkie z nich można określić jako niezwykłe, jeśli przekraczają to, co uważasz za zwyczajne.

Chociaż może to nie być „wyjątkowe” w porównaniu z tym, czego szukają inni, cel, który wyznaczyłeś, powinien zawsze przenosić Cię w lepsze miejsce – lub w kierunku celu, którego jeszcze nie osiągnąłeś.

Inni mogą mieć opinię na temat Twego sukcesu, ale tylko Ty możesz zdecydować, czy jest on wyjątkowy. Tylko ty znasz swój prawdziwy potencjał i czy go wykorzystujesz; nikt inny nie może ocenić twojego sukcesu. Pamiętaj: sukces to stopień lub miara osiągnięcia pożądanego celu lub celu. Kiedy osiągniesz ten upragniony cel, pojawi się pytanie, czy możesz utrzymać, pomnożyć i powtórzyć swoje działania, aby utrzymać ten rezultat. Chociaż sukces może opisywać dokonany wyczyn, ludzie zwykle nie analizują sukcesu w kategoriach czegoś, co zrobili. Podchodzą do tego z myślą o czymś, co chcą zrobić.

Ciekawą rzeczą w sukcesie jest to, że jest jak powiew powietrza; chociaż twój ostatni wdech powietrza jest ważny, nie jest tak ważny jak następny.

Bez względu na to, ile już osiągnąłeś, będziesz chciał kontynuować dokonywanie osiągnięć w przyszłości. Jeśli przestaniesz próbować odnieść sukces, to tak, jakbyś próbował przeżyć resztę swojego życia na ostatnim tchnieniu powietrza. Rzeczy się zmieniają; nic nie pozostaje takie, jakie było – aby rzeczy mogły być utrzymane, wymagają uwagi i działania. W końcu małżeństwo nie może utrzymać się z miłości odczuwanej na

dzień ślubu.

Ale ludzie, którzy odnoszą duże sukcesy – zarówno w życiu zawodowym, jak i osobistym – nadal pracują, produkują i tworzą nawet po tym, jak rozwitają.

Świat przygląda się tym ludziom ze zdumieniem i zamętem, zadając pytania typu: „Dlaczego ciągle naciskają?” Odpowiedź jest prosta: ludzie, którzy odnoszą ogromne sukcesy, wiedzą, że ich wysiłki muszą być kontynuowane, aby mogli osiągnąć nowe osiągnięcia. Gdy polowanie na upragniony przedmiot lub cel zostanie przerwane, cykl sukcesu dobiera końca.

Ktoś niedawno powiedział mi: „To jasne, że zarobiłeś wystarczająco dużo pieniędzy, aby wygodnie żyć; dlaczego wciąż naciskasz?” To dlatego, że mam obsesję na punkcie kolejnego oddechu spełnienia. Jestem kompulsywnie pozostawiona spuścizna i pozostawienie pozytywnego śladu na planecie. Jestem najbardziej nieszczęśliwa, gdy nie osiągam sukcesów, a najbardziej szczęśliwa, gdy dążę do osiągnięcia mojego pełnego potencjału i zdolności. Moje rozczarowanie lub niezadowolenie z tego, gdzie jestem w tej chwili, nie sugeruje, że coś jest ze mną nie tak, ale raczej, że coś jest ze mną w porządku. Wierzę, że moim etycznym obowiązkiem jest tworzenie sukcesu dla siebie, mojej rodziny, mojej firmy i mojej przyszłości. Nikt nie może mnie przekonać, że coś jest nie tak z moim pragnieniem osiągnięcia nowych poziomów sukcesu. Czy powinienem być zadowolony z miłości, jaką wzoraj darzyłem moje dzieci i żonę, czy też powinienem nadal tworzyć i przelewać ją w nowych ilościach dziś i jutro?

W rzeczywistości większość ludzi nie odnosi tego, co określają jako sukces; wielu chce „czegoś więcej” w przynajmniej jednym obszarze swojego życia. Rzeczywiście, to są ludzie, którzy przeczytają tę książkę — niezadowoleni, którzy tęsknią za czymś więcej. I naprawdę, kto nie chce więcej: lepszych relacji, lepszej jakości czasu z tymi, których kochają, bardziej doniosłych doświadczeń, lepszego poziomu sprawności i zdrowia, większej energii, większej wiedzy duchowej i umiejętności przyczyniania się do dobra społeczeństwa? Wspólną cechą tych wszystkich jest chęć doskonalenia się i są to cechy, według których niezliczona liczba osób mierzy sukces.

Niezależnie od tego, co chcesz robić lub być – czy to stracić 10 funtów, napisać książkę, czy zostać miliarderem – Twoje pragnienie osiągnięcia tych punktów jest niezwykle ważnym elementem, aby to zrobić. Każdy z tych celów ma kluczowe znaczenie dla twojego przyszłego przetrwania — ponieważ wskazują, co jest w twoim potencjale. Bez względu na cel, który starasz się osiągnąć, będziesz musiał myśleć inaczej, przyjąć bezwzględny poziom zaangażowania i podejmować ogromne ilości działań na dziesięciokrotnie wyższych poziomach, które uważasz za konieczne, a następnie wykonać więcej działań. Prawie każdy problem, z jakim borykają się ludzie w swojej karierze i innych aspektach ich życia – takich jak nieudana dieta, małżeństwa i problemy finansowe – są wynikiem

nie podejmuje wystarczających działań.

Więc zanim powiesz do siebie po raz milionowy: „Byłbym szczęśliwy, gdybym po prostu.... . ”. lub „~~Nie chce być bogaty po prostu wygodnie” lub “Chce po prostu wystarczająco być szczęśliwym, musisz zrozumieć jeden istotny punkt: ograniczenie pożądanego sukcesu jest naruszeniem zasady 10X samo w sobie . Kiedy ludzie zaczną ograniczać sukces, którego pragną, zapewniam cię, że ograniczą to, czego będzie się od nich wymagać, aby osiągnąć sukces, i sromotnie poniosą porażkę w robieniu tego, co trzeba, aby go utrzymać.~~

Na tym skupia się zasada 10X: musisz wyznaczyć cele, które są 10 razy większe niż myślisz, że chcesz, a następnie zrobić 10 razy więcej, niż myślisz, że będzie to potrzebne do osiągnięcia tych celów. Masowym myślom muszą towarzyszyć masowe działania. Nie ma nic zwyczajnego w regule 10X. Jest po prostu tym, o czym mówi: 10 razy myśli i 10 razy działania innych ludzi. Zasada 10X dotyczy czystej mentalności dominacji. Nigdy nie robisz tego, co robią inni. Musisz chcieć zrobić to, czego oni nie zrobią — a nawet podjąć działania, które możesz uznać za „nierożsądne”. Ta mentalność dominacji nie polega na kontrolowaniu innych; chodzi raczej o bycie wzorem dla myśli i działań innych. Twoje nastawienie i czyny powinny służyć jako mierniki, którymi ludzie mogą się mierzyć. 10X ludzie nigdy nie zbliżają się do celu, którego celem jest osiągnięcie właśnie tego celu. Zamiast tego chcą zdominować cały sektor — i podejmą w tym celu nierożądne działania. Jeśli zaczniesz jakiekolwiek zadanie z myślą o ograniczeniu potencjalnego wyniku, ograniczysz działania niezbędne do osiągnięcia tego celu.

Poniżej znajduje się lista podstawowych błędów popełnianych przez ludzi podczas wyznaczania sobie celów: 1. Błędne kierowanie poprzez wyznaczanie celów, które są zbyt niskie i nie pozwalają na wystarczającą motywację.

2. Poważne niedocenianie działań, zasobów, pieniędzy i energii, jakie trzeba podjąć, aby osiągnąć cel.
3. Spędzanie zbyt dużo czasu na konkurowaniu , a za mało na dominowaniu w swoim sektorze.
4. Niedocenianie ilości przeciwności, które będą musieli pokonać , aby rzeczywiście osiągnąć upragniony cel.

Problem wykluczenia, z którym obecnie boryka się Ameryka, jest doskonałym przykładem tej sekwencji błędnych kroków. Ci, którzy padli ofiarą tej sytuacji, mylili cele, nie doceniali niezbędnej ilości działań i zbyt intensywnie koncentrowali się na rywalizacji, a nie na tworzeniu sytuacji, która uczyniłaby ich niezwyciężonymi na nieoczekiwane niepowodzenia. Ludzie zachowywali mentalność stadną – opartą na rywalizacji zamiast dominacji – podczas utrzymywania

Bum. Myśleli w kategoriach „Muszę robić to, co robi mój kolega/sąsiad/członek rodziny” zamiast „Muszę robić to, co jest dla mnie najlepsze”.

Wbrew temu, co wiele osób twierdzi (lub chce w to uwierzyć), prawda jest taka, że każda osoba, która miała negatywne doświadczenia związane z zawaleniem się mieszkania i bałaganem związanym z przejęciem nieruchomości, nie wyznaczyła sobie właściwie celów dotyczących przetrwania. Liczba foreclosures następnie wpłynęła na wartości domów ludzi w całym kraju. A kiedy rynek nieruchomości się załamał, wpłynęło to negatywnie na wszystko — nawet na tych, którzy nie grali w tę grę. Bezrobocie nagle podwoiło się, a następnie potroiło. W rezultacie przemysł został sparaliżowany, firmy zostały zamknięte, a konta emerytalne zostały wymazane. Nawet najbardziej wyrafinowani inwestorzy błędnie oceniają właściwą ilość bogactwa finansowego niezbędnego do przetrwania tego rodzaju burzy. Możesz winić banki, Fed, pośredników hipotecznych, czas, zły los, a nawet Boga, jeśli chcesz, ale rzeczywistość jest taka, że każda osoba (w tym ja!), a także niezliczone banki, firmy, a nawet całe branże, nie zdołały odpowiednio ocenić sytuacji.

Kiedy ludzie nie wyznaczają celów 10X — a zatem nie działają na poziomach 10X — stają się podatni na zjawiska „szybkiego wzbogacenia się” i nieplanowane zmiany na rynku. Gdybyś zajmował się własnymi działaniami — mającymi na celu zdominowanie swojego sektora — prawdopodobnie nie dałbyś się zwieść tego rodzaju pokusom. Wiem, bo mi się to przytrafiło. Ja sam wpadłem w tę sytuację, ponieważ nie ustawiłem właściwie swoich własnych celów na poziomach 10X i stałem się podatny na czyjs hałas. Ktoś podszedł do mnie, zdobył moje zaufanie i twierdził, że będzie w stanie zarobić dla mnie pieniądze, jeśli tylko połączę siły z nim i jego firmą. Ponieważ nie miałem dość „skóry” we własnych grach, zostałem wciągnięty, a on mnie zranił — bardzo. Gdybym właściwie wyznaczył własne cele, byłbym tak zajęty robieniem tego, co jest konieczne do ich osiągnięcia, że nie miałbym nawet czasu na spotkanie z tym oszustem.

Jeśli rozejrzysz się, prawdopodobnie zobacysz, że ludzkość, ogólnie rzecz biorąc, ma tendencję do wyznaczania celów na niższych poziomach. W rzeczywistości wiele osób zostało zaprogramowanych do wyznaczania celów, które nie są nawet ich własnym projektem. Mówią nam, co jest uważane za „dużo pieniędzy” — co jest klasą bogata, biedną lub średnią. Mamy z góry określone wyobrażenia o tym, co jest sprawiedliwe, co jest trudne, co jest możliwe, co jest etyczne, co jest dobre, co złe, co brzydkie, co dobrze smakuje, co dobrze wygląda i tak dalej. Nie zakładaj więc, że na wyznaczanie celów nie wpływają również te już ustalone parametry.

Każdy wyznaczony cel będzie trudny do osiągnięcia i nieuchronnie rozczarujesz się w niektórych momentach po drodze. Dlaczego więc nie ustawić tych celów znacznie wyżej, niż uważasz za słuszne od samego początku? Jeśli będą wymagały pracy, wysiłku, energii i wytrwałości, to dlaczego nie wytężyć każdego z nich 10 razy więcej? Co jeśli nie doceniasz swoich możliwości?

Och, możesz protestować, ale co z rozczarowaniem wynikającym z wyznaczania nierealistycznych celów? Poświęć tylko kilka chwil na przestudiowanie historii lub – jeszcze lepiej – po prostu popatrz wstecz na swoje życie. Są szanse, że częściej byłeś rozczarowany wyznaczaniem zbyt niskich celów i osiąganiem ich – tylko po to, by być zszokowanym, że nadal nie dostałeś tego, czego chciałeś. Inną szkołą myślenia jest to, że nie powinieneś ustalać „nierealistycznych” celów, ponieważ mogą one zmusić cię do rezygnacji, gdy zdasz sobie sprawę, że nie możesz ich osiągnąć. Ale czy brak osiągnięcia celu 10-krotnego nie osiągnąłby więcej niż brak jednej dziesiątej tego celu? Powiedzmy, że moim pierwotnym celem było zarobienie 100 000 dolarów, które następnie zmieniłem na milion dolarów. Który z tych celów wolałbyś nie zrealizować?

Niektórzy twierdzą, że oczekiwania są powodem nieszczęścia. Jednak z własnego doświadczenia mogę was zapewnić, że wyznaczenie kiepskich celów będzie bardzo trudne. Po prostu nie zainwestujesz energii, wysiłku i zasobów niezbędnych do dostosowania się do nieoczekiwanych zmiennych i warunków, które z pewnością wystąpią w trakcie projektu lub wydarzenia.

Po co spędzać życie zarabiając tylko tyle pieniędzy, aby w końcu nie mieć wystarczającej ilości pieniędzy? Po co ćwiczyć na siłowni tylko raz w tygodniu, żeby się bolać i nigdy nie zauważać zmiany w typie sylwetki? Po co być w czymś tylko „dobrym”, skoro wiesz, że rynek nagradza tylko doskonałość? Po co pracować osiem godzin dziennie w pracy, w której nikt cię nie rozpoznaje, skoro możesz być supergwiazdą — a może nawet prowadzić lub być właścicielem tego miejsca? Wszystkie te przykłady wymagają energii. Tylko Twoje cele 10X naprawdę się opłacają!

Wróćmy więc do naszej definicji sukcesu – terminu, którego większość ludzi nigdy nawet nie szukała, a tym bardziej nie studiowała. Co tak naprawdę oznacza odniesienie sukcesu lub odniesienie sukcesu? W średniowieczu słowo to często odnosiło się do osoby przejmującej tron. Słowo wywodzące się z łacińskiego „następca” (teraz – to jest prawdziwa potęga!). „Sukces” dosłownie oznacza „wyjść na dobre lub osiągnąć upragniony cel lub cel”. Sukces jest zatem nagromadzeniem pomyślnych wydarzeń lub osiągnięciem pożądanych rezultatów.

Pomyśl o tym w ten sposób: nie uważasz diety za „sukces”, jeśli schudniesz 10 funtów i przytyjesz 12. Innymi słowy, musisz być w stanie utrzymać sukces, a nie tylko go osiągnąć. Chciałbyś również poprawić ten sukces, aby upewnić się, że go utrzymasz. W końcu możesz raz skosić trawę i odnieść sukces

tak, ale w końcu odrośnie. Będziesz musiał stale utrzymywać podwórko, aby nadal było określane jako sukces. Nie chodzi o jednorazową realizację jednego celu, ale raczej o to, co możemy wytrwale tworzyć.

Zanim zacznesz się martwić, że będziesz musiał pracować nad tym w nieskończoność, zapewniam cię, że tak się nie stanie — to znaczy nie, jeśli od początku ustawisz właściwy cel 10X. Porozmawiaj z każdym, kto odnosi szalone, nadzwyczajne sukcesy w jakiejś dziedzinie, a powiedzą ci, że nigdy nie czuł się jak praca. Dla większości ludzi wydaje się to pracą, ponieważ wypłata nie jest wystarczająco duża i nie zapewnia odpowiedniego zwycięstwa, aby poczuć się jak coś, co nie jest „pracą”.

Skup się na sukcesie, który sam z siebie buduje — na tym, który jest nieustanny i nie zdarza się tylko raz. Ta książka mówi o tym, jak tworzyć niezwykłe osiągnięcia, jak zapewnić, że je osiągniesz, jak je utrzymać — a następnie jak tworzyć nowe poziomy bez odczuwania pracy.

Pamiętaj: osoba, która ogranicza swój potencjalny sukces, ograniczy to, co zrobi, aby go stworzyć i utrzymać.

Ważne jest również, aby pamiętać, że przedmiot zdobywania — innymi słowy cel lub cel — nie ma tak dużego znaczenia, jak nastawienie i działania, które są niezbędne do osiągnięcia celów 10X. Niezależnie od tego, czy chcesz być profesjonalnym mówcą, autorem bestsellerów, najlepszym dyrektorem generalnym, wyjątkowym rodzicem, świetnym nauczycielem; mieć wzorowe małżeństwo; dostać się w świetnej formie; lub wyprodukuj film, o którym świat mówi od pokoleń, będziesz musiał wyjść poza to, gdzie jesteś teraz i zaangażować się w myśli i działania 10X.

Każdy pożądany cel lub cel zawsze będzie sugerował coś, co masz jeszcze do osiągnięcia. Nie ma znaczenia, ile już osiągnąłeś. Dopóki żyjesz, będziesz żył, aby osiągnąć własne cele i marzenia, albo będziesz używany jako zasób do realizacji cudzych. Na potrzeby tej książki sukces można również zdefiniować jako osiągnięcie kolejnego poziomu tego, czego pragniesz — i to w sposób, który na zawsze zmieni sposób, w jaki postrzegasz siebie, swoje życie, wykorzystanie energii i — być może najbardziej znacząco. — jak postrzegają cię inni.

Zasada 10X dotyczy tego, co musisz myśleć i robić, aby dojść do punktu 10 razy bardziej satysfakcjonującego, niż kiedykolwiek sobie wyobrażałeś. Taki poziom sukcesu nie może zostać osiągnięty przez „normalne” poziomy myśli i działań. Dlatego nawet jeśli większość z tych celów zostanie osiągnięta, w rzeczywistości nie zapewniają one wystarczającego spełnienia. Przeciętne małżeństwa, konta bankowe, waga, zdrowie, firmy, produkty i tym podobne są po prostu średnie.

Czy jesteś gotowy na przygodę 10X?

Exercise

What are the two parts of the 10X Rule?

What are the four biggest mistakes people make when setting goals?

Why is it a problem to set a goal too low?

Are you ready to 10X?

Rozdział 2

Dlaczego zasada 10X jest ważna

Zanim przejdziemy do tego, jak ważne jest dla Ciebie myślenie i działanie zgodnie z Zasadą 10X, pozwól, że podzielę się trochę moją własną historią. W przypadku każdego projektu, w który kiedykolwiek byłem zaangażowany, nie doceniałem czasu, energii, pieniędzy i wysiłku niezbędnego do doprowadzenia mojego projektu do punktu sukcesu. Każdy klient, którego wybrałem, lub nowy sektor biznesu, w który się odważyłem, zawsze odbierał 10 razy więcej poczty, telefonów, e-maili i kontaktów, niż pierwotnie przewidywałem. Nawet doprowadzenie mojej żony do randkowania i poślubienia mnie wymagało 10 razy więcej wysiłku i energii, niż obliczyłem (ale było to warte wszystkiego!).

Niezależnie od tego, jak doskonały jest Twój produkt, usługa lub propozycja, zapewniam Cię, że będzie coś, czego nie przewidzisz lub nie zaplanujesz poprawnie. Zmiany gospodarcze, kwestie prawne, konkurencja, niechęć do konwersji, zamrożenie banków zbyt nowych produktów, niepewność na rynku, zmiany technologiczne, problemy ludzi, „nieoczekiwany wydarzeń i zmianek, które mogą przystosować się do tego, aby gotować się na to, gdzie istnieją największe możliwości. 10X myślenie i działanie są niezbędne; to jedyne rzeczy, które pomogą ci przejść przez te wydarzenia. Same pieniądze nie mogą tego zrobić; może pomóc, ale nie może wykonać pracy za ciebie. Jeśli wkroczyś do bitwy bez odpowiednich żołnierzy, zapasów, amunicji i siły, wrócisz pokonany do domu. To takie proste. Nie wystarczy okupować terytorium. Musisz być w stanie to zatrzymać.

Swój pierwszy biznes założyłem mając 29 lat. Większość ludzi nie wejdzie w biznes dla siebie, ponieważ nie są chętni do podjęcia niezbędnej fryzury finansowej. Przygotowywałem się do tego – a przynajmniej tak mi się wydawało – i założyłem, że dojście do poziomu dochodów z pracy, którą miałem wcześniej, zajmie mi trzy miesiące. Cóż, zajęło mi prawie trzy lata, aby moja firma zapewniała mi taki sam dochód, jak w poprzedniej pracy. To było 12 razy dłużej niż się spodziewałem. I prawie zrezygnowałem po trzech miesiącach – nie z powodu pieniędzy, ale z powodu oporu i rozczarowania, których doświadczyłem.

Miałem bardzo konkretną listę powodów, dla których moja firma nie zamierzała działać. Skompilowałem go, próbując wyperswadować sobie kontynuowanie. Byłem bardzo rozczarowany; Byłem zrozpaczony i prawie zniszczony. Dosłownie poszedłem do przyjaciela i powiedziałem: „Nie mogę już tego robić – skończyłem”. Wymyślałem powody, dla których to nie wyszło — klienci nie mieli pieniędzy, gospodarka była do niczego, nieodpowiedni czas, byłem za młody, moi klienci tego nie rozumieli, ludzie nie chcieli zmienić, ja byłem do niczego, oni byli do niczego – i tak dalej i dalej.

W końcu zdałem sobie sprawę — po spędzeniu tylu czasu na zastanawianiu się, dlaczego coś nie działa — że jest całkowicie możliwe, że tesknię

odpowiedź całkowicie.

Nigdy nie brałem pod uwagę, że po prostu błędnie oszacowałem, czego potrzeba, aby wprowadzić nowy produkt na rynek na samym początku procesu.

Na pewno przedstawiłem nowy pomysł, ale nikt o niego nie prosił.

Miałem ograniczone fundusze, więc nie mogłem zatrudniać ludzi i nie było mnie stać na reklamę – co było niefortunne, ponieważ nikt nie znał mnie ani mojej firmy. Nie wiedziałem, co robię i dzwoniłem na zimno do innych organizacji. Gdyby to zadziałało, zależałyby to od mojej zdolności do zwiększenia wysiłków – a nie od moich wymówek.

Kiedy przestałem kalkulować wszystkie złe powody, zobowiązałem się do tego, aby to zadziałało, zwiększając swoje wysiłki 10 razy. I jak tylko to zrobiłem, wszystko zaczęło się zmieniać – natychmiast. Wróciłem na rynek z właściwą oceną wysiłku i zacząłem widzieć wyniki. Zamiast wykonywać od dwóch do trzech rozmów handlowych dziennie, zacząłem wykonywać od 20 do 30. Kiedy zwiększyłem swoje pełne zaangażowanie i dostosowałem odpowiednie poziomy myślenia i działania, rynek zaczął na mnie reagować. Nadal było ciężko i od czasu do czasu byłem rozczarowany. Ale osiągałem cztery razy lepsze wyniki, wykonując 10 razy więcej wysiłku.

Kiedy nie docenisz czasu, energii i wysiłku niezbędnego do zrobienia czegoś, będziesz miał „zrezygnować” w swoim umyśle, głosie, postawie, twarzy i prezentacji. Nie rozwiniiesz wytrwałości niezbędnej do wykonania misji. Kiedy jednak prawidłowo oszacujesz niezbędny wysiłek, przyjmiesz odpowiednią postawę. Rynek wyczuje na podstawie twoich działań, że jesteś siłą, z którą należy się liczyć i że nie odejdziesz – i zacznie odpowiednio reagować.

W ciągu ostatnich 20 lat konsultowałem się z tysiącami osób i firm – i nigdy nie widziałem, aby któraś z nich prawidłowo oceniała wysiłek i myślenie.

Niezależnie od tego, czy chodziło o budowanie domu, zbieranie pieniędzy, walkę prawną, znalezienie pracy, sprzedaż nowego produktu, uczenie się nowego stanowiska, awans, nakręcenie filmu czy znalezienie odpowiedniego partnera w życiu, zawsze zabierało to więcej niż wszystko ludzie obliczyli. Nie spotkałem jeszcze nikogo, kto twierdzi, że którakolwiek z tych rzeczy była łatwa. Osiągnięcie tych celów może wydawać się łatwe dla tych, którzy patrzą z zewnątrz, ale ci, którzy wiedzą z pierwszej ręki, czego to wymaga, nigdy nie uczyniliby takiego oświadczenia.

Kiedy błędnie obliczysz wysiłki, których potrzebujesz, aby coś się wydarzyło, stajesz się wyraźnie rozczarowany i zniechęcony. To powoduje, że błędnie identyfikujesz problem i przedżej czy później zakładasz, że cel jest nieosiągalny i ostatecznie rzucasz ręcznik. Większość ludzi — w tym menedżerów — w pierwszej kolejności reaguje raczej na zmniejszenie celu, niż na zwiększenie aktywności. obejrzałem

menedżerowie sprzedaży w organizacjach robią to od lat z zespołami sprzedaży. Ustalają limit lub uzgadniają cel na początku kwartału, a następnie w połowie stwierdzają, że nie są w stanie osiągnąć celu, więc organizują spotkanie i redukują cel do bardziej osiągalnej wartości, aby zespół pozostał zmotywowany i mieć szansę na wygraną.

Ten poważny błąd nigdy nie powinien nawet pojawić się w Twojej głowie jako opcja. Wysyła złą wiadomość do organizacji – że cele są nieistotne, a jedynym sposobem na wygraną jest przesunięcie linii mety. Świety menedżer będzie nakłaniał osobę do robienia więcej, ryzykując braki, a nie celuj mniej. Ten pomysł zmiany celów, aby wszyscy czuli się dobrze, doprowadzi do dalszego osłabienia morale, nadziei, oczekiwania i umiejętności, a wszyscy zaczynają przypisywać powody – lepiej znane jako wymówki – dlaczego zespół nie jest w stanie osiągnąć swoich celów. Nigdy nie zmniejszaj celu. Zamiast tego zwiększą liczbę działań. Kiedy zaczynasz ponownie zastanawiać się nad swoimi celami, wymyślać wymówki i uwalniać się od haczyka, rezygnujesz ze swoich marzeń! Te działania powinny być wskazówką, że schodzisz z właściwej drogi — powinieneś zacząć myśleć w kategoriach korekty początkowej oceny wysiłku.

Zasada 10X zakłada, że cel nigdy nie jest problemem. Każdy cel zaatakowany właściwymi akcjami w odpowiednich ilościach z wytrwałością jest osiągalny. Nawet jeśli chcę odwiedzić inną planetę, muszę założyć, że właściwe działania podjęte w odpowiednich ilościach w odpowiednim czasie pozwolą mi to osiągnąć.

Kiedy ludzie niewłaściwie mierzą niezbędne działania, nieuchronnie zaczynają racjonalizować. Wydaje się, że ludzkość ma wbudowany automatyczny kalkulator, którego jedynym celem jest wyjaśnienie porażki. Problem polega na tym, że pierwsze i najczęściej używane obliczenia zawsze wydają się mieć na celu coś innego niż poziom aktywności. Ten kalkulator jest bardziej emocjonalny niż logiczny; ocenia projekt, klientelę, gospodarkę i jednostkę jako niedostateczne jako środek uzasadniający, dlaczego coś nie działa.

Wynika to prawdopodobnie z wszystkich fałszywych treści, które zostały załadowane do kalkulacji przez media, system edukacyjny i nasze wychowanie – wymówki typu „rynek nie jest gotowy”, „gospodarka jest zła”, „to jest” nie chciałem”, „Nie nadaję się do tego”, „nasze cele były nierealne” i tak dalej. Ale najczęściej jest tak, że po prostu nie oceniłeś prawidłowo ilości niezbędnych działań. Bez względu na czas, ekonomię, produkt lub wielkość twojego przedsięwzięcia, właściwe działania wykonane we właściwym stopniu z biegiem czasu przyniosą Ci sukces.

Z doświadczenia – po 30 latach budowania firm i wprowadzania na rynek nowych produktów i pomysłów – mogę zapewnić, że nigdy nie przewidzisz czegoś, niezależnie od tego, jak szczegółowy jest Twój biznesplan. Nie obchodzi mnie to

jeśli Twój produkt nic nie kosztuje i jest 100 razy lepszy od najbliższego konkurenta; nadal będziesz musiał włożyć 10 razy więcej wysiłku, aby przebić się przez cały hałas, aby ludzie w ogóle o tym wiedzieli. Założ, że każdy projekt, który podejmiesz, zajmie więcej czasu, pieniądze, energii, wysiłku i ludzi, niż możesz sobie wyobrazić. Pominóż wszystkie swoje oczekiwania przez 10, a prawdopodobnie będziesz bezpieczny. A jeśli nie zajmie to 10 razy więcej niż oczekiwano, świetnie. Lepiej być mile zaskoczonym niż mocno rozczarowanym.

Jeśli chcesz zaoszczędzić czas na wprowadzenie swojego pomysłu lub produktu na rynek, musisz zrobić 10 razy więcej wszystkiego, aby być w większej liczbie miejsc z większą liczbą ludzi w krótszym czasie. Na przykład, jeśli zaplanowałeś, że do przedstawienia swojego pomysłu zajmie się jedna osoba, zaplanuj zabranie 10 osób, aby możliwe skrócić czas. Ale pamiętaj – 10 razy więcej ludzi weźmie 10 razy więcej pieniędzy i ktoś będzie musiał nimi zarządzać.

Parametry 10X pozwalają na różne nieplanowane zmienne, które mogą wystąpić w dowolnym momencie projektu: problemy pracownicze, procesy sądowe, wahania gospodarcze, wydarzenia krajowe lub globalne, konkurencja, choroby i tak dalej. Dodaj do tej listy wszelki opór rynku wobec twoich projektów, ludzi stawianych na ich drodze, zmiany w technologii i, cóż, masz całą masę dodatkowych potencjalnych wydarzeń.

Z jakiegoś powodu ludzie, którzy rozwijają pomysł na coś, co chcą wprowadzić na rynek, mają skłonność do optymizmu, który często powoduje, że rażąco źle oceniają, co będzie potrzebne do ukończenia ich projektu. Chociaż entuzjazm dla każdego projektu jest wyraźnie ważny, nie można zapomnieć o jednym ważnym fakcie: Twoi potencjalni klienci nie są tak entuzjastycznie nastawieni do tego projektu — ponieważ nawet jeszcze o nim nie wiedzą. Potencjalny rynek prawdopodobnie dopiero zaczyna myśleć o tym pomyśle. Wtedy też istnieje możliwość apatii – że nie będzie żadnego zainteresowania.

Nie mówię ci, żebyś był pesymistą; po prostu bądź przygotowany. Zmierz się ze swoim projektem, korzystając z zasady 10X — jakby od tego zależało Twoje życie. Zarządzaj każdą akcją tak, jakbyś miał przy sobie kamerę na każdym kroku. Uдавaj, że jesteś rejestrowany jako wzór, dzięki któremu twoje dzieci i wnuki nauczą się, jak odnieść sukces w życiu. Atakuj wszystko z zaciekleścią mistrza sportowca, który dostaje ostatnią okazję, by zdobyć swoje karty w podręcznikach historii. I zawsze pamiętaj, aby dokładnie wykonać: to wielki wspólny mianownik wszystkich zwycięzców. Widzą każdą akcję do końca. Nie szukaj wymówek i przyjmij postawę „nie bierz jeńców”. Podejdź do każdej sytuacji z nastawieniem „wygraj wszystko, co trzeba”. Brzmi zbyt agresywnie? Przepraszamy, ale to jest perspektywa wymagana do wygrania w dzisiejszych czasach.

Wiem, że prawdopodobnie słyszałeś o tym wcześniej, ale sukces nie tylko „zdarza się”. Jest wynikiem nieustannych, właściwych działań podejmowanych w czasie. Tylko ci, którzy działają z odpowiednim poglądem i odpowiednimi działaniami, odnoszą sukces. Szczęście najwyraźniej ma z tym coś wspólnego, ale każdy, kto „ma szczęście”, powie ci, że jego „szczęście” jest wprost proporcjonalne do tego, co zrobił. Im więcej działań podejmiesz, tym większe masz szanse na „szczęście”.

Exercise

What is the first reaction that most people—including managers—have when they are not hitting their targets?

When you start making excuses for why you aren't hitting targets, what should that indicate to you?

Fill in the following. The 10X Rule assumes the target is never _____. Any target attacked with the right _____ in the right _____ with persistence is _____?

Rozdział 3

Czym jest sukces?

Wiem, że już kilka razy użyłem terminu sukces, ale wyjaśnijmy, co to właściwie jest. Prawdopodobnie oznacza to dla ciebie coś innego niż dla mnie. Definicja naprawdę zależy od tego, gdzie dana osoba jest w życiu lub co ma

Uwaga. Sukces we wczesnym dzieciństwie może oznaczać otrzymanie zasiłku po raz pierwszy lub później spać poza porą snu. Ale to już nie byłoby interesujące zaledwie kilka lat później, kiedy sukces w latach nastoletnich mógł oznaczać zdobycie własnej sypialni, telefonu komórkowego lub późniejszą godzinę policyjną. Sukces we wczesnych latach dwudziestych może oznaczać umebłowanie pierwszego mieszkania i uzyskanie pierwszego awansu. Później może to być małżeństwo, dzieci, więcej promocji, podróże, więcej pieniędzy. Wraz ze zmianą wieku i warunków, sposoby, w jakie definiujesz sukces, zmienią się ponownie. Kiedy będziesz dużo starszy, prawdopodobnie odniesiesz sukces w dobrym zdrowiu, rodzinie, wnukach, swoim dziedzictwie i tym, jak zostaniesz zapamiętany. To, gdzie jesteś w życiu, warunki, z jakimi się zmagasz, sytuacje, wydarzenia i ludzie, na których twoja uwaga jest najbardziej skupiona, wpłyną na swoją definicję sukcesu. Sukces można znaleźć w wielu sferach — finansowej, duchowej, fizycznej, umysłowej, emocjonalnej, filantropijnej, wspólnotowej lub rodzinnej. Jednak gdziekolwiek go znajdziesz, najważniejsze rzeczy, które musisz wiedzieć o sukcesie — aby go mieć i utrzymać — są następujące:

1. Sukces jest ważny.
2. Sukces jest twoim obowiązkiem.
3. Sukcesu nie brakuje.

Pierwszy punkt omówię w tym rozdziale, a dwa pozostałe w kolejnych rozdziałach.

Sukces jest ważny Bez względu na

kulturę, rasę, religię, pochodzenie ekonomiczne lub grupę społeczną, większość ludzi zgodzi się, że sukces jest niezbędny dla dobrego samopoczucia jednostki, rodziny i grupy — a na pewno dla przyszłego przetrwania wszystkich tych rzeczy. Sukces zapewnia pewność, bezpieczeństwo, poczucie komfortu, zdolność do wnoszenia większego wkładu oraz nadzieję i przywództwo dla innych w zakresie tego, co jest możliwe. Bez tego ty; Twoja grupa, firma, cele i marzenia; a nawet cała cywilizacja przestałaby przetrwać i prosperować.

Pomyśl o sukcesie w kategoriach ekspansji. Bez ciągłego rozwoju każda jednostka — czy to korporacja, marzenie, czy nawet cała rasa — przestałaby istnieć. Historia jest pełna przykładów, które wspierają pogląd, że katastrofa następuje, gdy ekspansja nie jest kontynuowana. Możemy obejmować Wikingów, starożytny Rzym i Grecję, komunistyczną Rosję oraz niekończącą się listę firm i produktów. Sukces jest potrzebny, aby uwiecznić ludzi, miejsca i rzeczy.

Nigdy nie wolno redukować sukcesu w swoim umyśle lub w rozmowie do czegoś

to nie ma znaczenia; wręcz przeciwnie, to jest niezbędne! Każdy, kto minimalizuje znaczenie sukcesu dla Twojej przyszłości, zrezygnował z własnych szans na osiągnięcie sukcesu i spędza życie na próbach przekonania innych do tego samego. Jednostki i grupy muszą aktywnie realizować swoje cele i zadania, aby kontynuować. Jeśli nie, albo przestaną istnieć, albo zostaną skonsumowane i staną się częścią czegoś innego. Firmy i branże, które chcą utrzymać swój status, muszą z powodzeniem tworzyć produkty; wprowadzić te produkty na rynek; zadowolić klientów, pracowników i inwestorów; i powtarzaj ten cykl w kółko.

Jest zbyt wiele „słodkich” powiedzeń, które wydają się lekceważyć znaczenie sukcesu, np. „Sukces to podróż, a nie cel”. Proszę! Kiedy pojawiają się straszne skurcze gospodarcze, wszyscy szybko zdają sobie sprawę, że nie mogą jeść ani płacić za dom słodkimi powiedzonkami. Wydarzenia gospodarcze ostatnich kilku lat powinny uświadomić nam, jak bardzo wszyscy nie doceniliśmy znaczenia sukcesu – i jak ważny jest on w rzeczywistości dla naszego przetrwania. Nie wystarczy po prostu zagrać w grę; ważne jest, abyś nauczył się w tym wygrywać. Wygrywanie — w kółko — we wszystkim, w co się angażujesz, zapewnia, że będziesz mógł się dalej rozwijać. I gwarantuje, że zarówno Ty, jak i Twoje pomysły przetrwają w przyszłości.

Sukces jest równie ważny dla poczucia własnej osoby. Promuje pewność siebie, wyobraźnię i poczucie bezpieczeństwa oraz podkreśla znaczenie wnoszenia wkładu. Ludzie, którzy nie są w stanie utrzymać swoich rodzin i swojej przyszłości, narażają siebie i swoją rodzinę na ryzyko. Ludzie, którym się nie udaje, nie mogą kupować towarów i usług. Może to spowodować spowolnienie gospodarki i zmniejszenie podatków, co z kolei negatywnie wpłynie na fundusze przeznaczone na szkoły, szpitale i usługi publiczne. Mniej więcej w tym czasie niektórzy powiedzą: „Ale sukces to nie wszystko” i oczywiście to nie wszystko. Jednak zawsze zastanawiam się, jaki sens mają ludzie z tym stwierdzeniem. Kiedy ktoś na moich seminariach mówi mi to, często odpowiadam, pytając o coś w stylu: „Czy próbujesz umniejszyć znaczenie czegoś, czego nie byłeś w stanie osiągnąć?”

Zejdź na ziemię! Bez względu na to, jakie cele starasz się osiągnąć – sukces jest absolutnie krytyczny. Jeśli przestaniesz się opiekować, przestaniesz wygrywać; przestań wygrywać wystarczająco długo, a po prostu przestaniesz! Czy dzieci odnoszą korzyści, gdy widzą, jak ich mamy i tatusiowie przegrywają lub rezygnują? Czy ktoś odnosi korzyści, gdy nie możesz sprzedać swojej sztuki, opublikować wspaniałej książki lub wspaniałego pomysłu, który poprawi wszystko we wszystkich dziedzinach? Nikt nie odniesie korzyści z twojej porażki. Jednakże, gdybyś był w stanie to odwrócić i osiągnąć cele i marzenia, które sobie wyznaczyłeś – teraz byłoby to coś.

Exercise

What are some cute sayings you have heard about success that diminish its importance?

How would being successful be important to you, and how would it improve your life?

Rozdział 4

Sukces to twój obowiązek

Jeden z największych punktów zwrotnych w moim życiu miał miejsce, kiedy przestałem od niechcenia czekać na sukces, a zamiast tego zacząłem traktować go jako obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność. Dosłownie zacząłem postrzegać sukces jako kwestię etyczną – obowiązek wobec mojej rodziny, firmy i przyszłości – a nie jako coś, co może mi się przytrafić lub nie. Spędziłem 17 lat zdobywając formalną edukację, która miała mnie przygotować na świat – i żaden kurs nie zakończył się sukcesem. Ani razu nikt nie rozmawiał ze mną o znaczeniu sukcesu, a tym bardziej o tym, co musiałem zrobić, aby go osiągnąć. Zdziwiający! Lata nauki, informacje, setki książek, czas na zajęciach i

pieniądze, ale wciąż brakowało mi celu.

Miałem jednak szczęście, że miałem dwa różne doświadczenia w moim życiu, które służyły jako ważne dzwonki alarmowe. W obu przypadkach moje istnienie i przetrwanie były poważnie zagrożone. Pierwszy miał miejsce, gdy miałem 25 lat. Moje życie było żałosnym bałaganem, spowodowanym latami zbliżania się do życia bez celu, dryfowania bez prawdziwego celu i skupienia. Nie miałem pieniędzy, mnóstwo niepewności, żadnego kierunku, za dużo wolnego czasu, a mimo to nie podjąłem zobowiązania, by traktować sukces jako obowiązek. Gdybym nie uświadomił sobie tego i zaczął poważnie traktować swoje życie, nie sądzę, że bym dzisiaj żył. Wiesz, nie musisz się zestarzeć, żeby umrzeć. Umierałem w wieku 20 lat z powodu braku kierunku i celu. W tym czasie nie mogłem utrzymać pracy, otaczałem się nieudacznikami, byłem śmiertelnie beznadziejny, a jakby tego było mało, codziennie zażywałem narkotyki i alkohol. Gdybym kontynuował bez poważnej pobudki, nadal żyłbym w najlepszym razie przeciętnie, a prawdopodobnie znacznie gorzej. Gdybym nie zaangażował się w życie pełne sukcesów, nie określiłbym swojego celu i po prostu spędziłby życie, wypełniając cele wszystkich innych. Spójrzmy prawdę w oczy, jest mnóstwo ludzi żyjących po prostu egzystencją i powinienem wiedzieć. W tamtym czasie zajmowałem się sprzedażą i traktowałem to z pogardą. Kiedy poświęciłem się sprzedażą jako karierze, a potem zdecydowałem się zrobić wszystko, co musiałem, aby odnieść sukces w sprzedaży, moje życie się zmieniło.

Moje drugie przebudzenie nastąpiło w wieku 50 lat, kiedy gospodarka przeżywała największy skurcz od czasów Wielkiego Kryzysu. Dosłownie każdy aspekt mojego życia był zagrożony – tak jak w przypadku miliardów innych osób, firm, branż, a nawet całych gospodarek. Niemal z dnia na dzień stało się jasne, że moja firma nie jest wystarczająco silna w swoim sektorze, a jej przyszłość jest teraz zagrożona. Dodatkowo zagrożony był mój dobrobyt finansowy. To, co inni uważali za ogromne bogactwo finansowe, również było teraz zagrożone. Pamiętam, jak pewnego dnia włączyłem telewizor i usłyszałem doniesienia o tym, jak rosło bezrobocie, bogactwo było niszczone przez korekty giełdowe i mieszkaniowe, domy były przejmowane, zamykano banki, a rząd ratował firmy. Zdałem sobie wtedy sprawę, że postawiłem moją rodzinę, moje firmy i siebie w niepewnej sytuacji, ponieważ zacząłem spocząć na laurach i przestałem traktować sukces jako swój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność. Straciłem koncentrację i cel.

W obu tych kluczowych momentach mojego życia zdałem sobie sprawę, że sukces jest ważny, aby mieć pełne życie. W drugim przypadku zdałem sobie sprawę, że potrzebne są większe ilości sukcesu, niż większość ludzi sądzi, i ciąg dalszy

dążenie do sukcesu powinno być traktowane nie jako wybór, ale jako absolutna konieczność.

Większość ludzi podchodzi do sukcesu w taki sam sposób, jak ja, kiedy się do niego nie angażowałem. Patrzą na to tak, jakby to nie miało znaczenia — jakby to była opcja, a może po prostu coś, co zdarza się tylko innym ludziom. Inni zadowalają się tylko małym sukcesem, wierząc, że jeśli mają „mało”, wszystko będzie w porządku.

Traktowanie sukcesu jako opcji jest jednym z głównych powodów, dla których coraz więcej ludzi nie tworzy go dla siebie — i dlaczego większość ludzi nie zbliża się nawet do pełnego wykorzystania swojego potencjału. Zadaj sobie pytanie, jak blisko jesteś pełnej zdolności. Odpowiedź może ci się nie spodobać. Jeśli nie uważasz za swój obowiązek, aby wykorzystać swój potencjał, po prostu tego nie zrobisz. Jeśli nie stanie się to dla ciebie kwestią etyczną, nie będziesz czuł się zobowiązany i zmotywowany do wypełnienia swoich zdolności. Ludzie nie podchodzą do tworzenia sukcesu jako do obowiązkowego obowiązku, misji typu „zrób albo zgiń”, mentalności „głodnego psa na grzbiecie ciężarówki”. Następnie spędzają resztę swojego życia na szukaniu wymówek, dlaczego tego nie dostali. I tak się dzieje, gdy uważasz sukces za alternatywę, a nie obowiązek.

W moim domu uważamy, że sukces ma kluczowe znaczenie dla przyszłego przetrwania naszej rodziny. Moja żona i ja jesteśmy na tej samej stronie z tym; często spotykamy się, aby porozmawiać o tym, dlaczego jest to tak ważne i dokładnie określić, co musimy zrobić, aby drugorzędne sprawy nie przeszkadzały. Mam na myśli nie tylko sukces w kategoriach pieniężnych, ale w każdym obszarze — nasze małżeństwo, zdrowie, religię, wkład w społeczność i przyszłość — nawet długo po naszej odejściu. Musisz podejść do pojęcia sukcesu tak, jak dobrzy rodzice podchodzą do swoich obowiązków wobec swoich dzieci; to zaszczyt, obowiązek i priorytet. Dobrzy rodzice zrobią wszystko, aby zadbać o swoje dzieci. Wstaną w środku nocy, aby nakarmić swoje dziecko, będą pracować tak ciężko, jak muszą, aby ubrać i nakarmić swoje dzieci, walczyć o nie, a nawet narażać swoje życie, aby je chronić. To jest ten sam sposób, w jaki musisz sobie wyobrazić powodzenie.

Przestań się okłamywać

Jest to dość powszechnie wśród ludzi, którzy nie otrzymują tego, czego chcą, aby uzasadnić — a nawet okłamują siebie — poprzez minimalizowanie tego, jak cenny jest dla nich sukces. Łatwo zauważać ten trend w naszym społeczeństwie w obrębie całych grup demograficznych i segmentów populacji. Możesz to przeczytać w książkach, usłyszeć w kościele i zobaczyć, jak jest promowane w szkołach. Na przykład dzieci, które nie mogą dostać tego, czego chcą, będą przez chwilę walczyć, trochę płakać, a potem przekonać się

że nigdy tego nie chcieli. Całkowicie w porządku jest przyznać, że chciałeś czegoś, co nie doszło do skutku. W rzeczywistości jest to jedyna rzecz, która pomoże ci ostatecznie osiągnąć ten cel — pomimo przeszkód, które napotkasz po drodze.

Nawet najbardziej szczęśliwi i mający najlepsze koneksje ludzie wśród nas muszą zrobić coś, aby postawić się we właściwych miejscach we właściwym czasie przed właściwymi ludźmi. Jak wspomniałem pod koniec poprzedniego rozdziału, szczęście jest tylko jednym z produktów ubocznych tych, którzy podejmują najwięcej działań. Powodem, dla którego ludzie sukcesu wydają się mieć szczęście, jest to, że sukces w naturalny sposób pozwala na większy sukces. Ludzie tworzą magiczny rozmach, osiągając swoje cele, co zmusza ich do wyznaczania — i ostatecznie osiągania — jeszcze wyższych celów. Jeśli nie jesteś wtajemniczony w akcję, nie widzisz ani nie słyszysz o tym, ile razy udało się odnieść sukces i ponieść porażkę; w końcu świat zwraca uwagę tylko wtedy, gdy wygrywa. Pułkownik Sanders, który rozsławił Kentucky Fried Chicken, przedstawał swój pomysł ponad 80 razy, zanim ktokolwiek go kupił. Napisanie scenariusza dla Rocky'ego zajęło Stallone tylko trzy dni, a film zarobił 200 milionów dolarów, ale kiedy go napisał, nie miał pieniędzy na swoje nazwisko, nie mógł sobie pozwolić na ogrzewanie mieszkania, a nawet musiał sprzedać swojego psa za 50 dolarów tylko po to, żeby móc kupić jedzenie. Walt Disney był wyśmiewany za swój pomysł na park rozrywki, a teraz ludzie na całym świecie wydają 100 dolarów na bilet i oszczędzają całe życie tylko po to, by spędzić rodzinne wakacje w Disney World. Nie daj się zwieść temu, co dla ciebie wygląda na szczęście. Szczęściarze nie tworzą ludzi sukcesu; ludzie, którzy całkowicie oddają się sukcesowi, zdają się mieć w życiu szczęście. Ktoś kiedyś powiedział: „Im ciężej pracuję, tym mam szczęście”.

Możemy nawet pójść o krok dalej: jeśli jesteś w stanie wielokrotnie osiągać sukces, staje się on mniej „sukcesem”, a bardziej nawykiem — prawie codziennym życiem dla niektórych ludzi. Ludzie odnoszący sukcesy byli nawet opisywani jako posiadający pewien magnetyzm — jakiś „czynnik x” lubmagiczny urok, który wydaje się ich otaczać i podążać. Czemu? Ponieważ ludzie sukcesu traktują sukces jako obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność — a nawet prawo! Powiedzmy, że w pobliżu dwóch osób jest szansa na sukces. Czy uważasz, że skończy się to na osobie, która wierzy, że sukces jest jej obowiązkiem — która wyciąga rękę i chwyta go — czy też na osobę, która podchodzi do tego z nastawieniem „weź to albo odejdź”? Myślę, że znasz odpowiedź.

I pomimo często używanego wyrażenia, nie ma czegoś takiego jak „nocny sukces”. Sukces zawsze jest wynikiem wcześniejszych działań — bez względu na to, jak pozornie są one nieistotne lub jak dawno zostały podjęte. Każdy, kto odnosi się do firmy, produktu, aktora lub zespołu jako do sukcesu z dnia na dzień, zaniedbuje:

zrozum mentalne stawki, jakie poczyniły niektóre osoby, aby wykuć tę ścieżkę. Nie widzą niesłychanych działań podjętych, zanim ci ludzie faktycznie stworzyli i odnieśli zasłużone zwycięstwo.

Sukces pojawia się w wyniku mentalnych i duchowych roszczeń do posiadania go, a następnie podejmowania niezbędnych działań w czasie, aż zostanie osiągnięty. Jeśli podchodzisz do tego z mniejszym entuzjazmem niż etyczny i moralny obowiązek, zobowiązanie i odpowiedzialność wobec rodziny, firmy i przyszłości, najprawdopodobniej jej nie stworzysz – i będziesz miał jeszcze większe trudności z jej utrzymaniem.

Gwarantuję, że kiedy Ty, Twoja rodzina i Twoja firma zaczniecie uważać sukces za odpowiedzialność i kwestię etyczną, wszystko inne natychmiast zacznie się zmieniać. Chociaż etyka jest z pewnością sprawą osobistą, większość ludzi zgodzi się, że etyka niekoniecznie ogranicza się do mówienia prawdy lub nie kradzieży pieniędzy. Naszą definicję etyki z pewnością można na tej podstawie rozszerzyć — być może nawet po to, by uwzględnić pogląd, że musimy żyć zgodnie z potencjałem, którym każdy z nas zostaliśmy pobłogosławieni. Sugeruję nawet, że zaniechanie nalegania na obfite sukcesy jest nieco nieetyczne. Do tego stopnia, że podejmowanie decyzji o robieniu wszystkiego, co w naszej mocy każdego dnia, jest etyczne, o tyle zaniechanie tego jest naruszeniem etyki.

Musisz nieustannie domagać się sukcesu jako swojego obowiązku, obowiązku i odpowiedzialności. Pokażę Ci, jak zagwarantować, że tak się stanie — w każdej firmie lub branży, w dowolnym czasie, pomimo wszelkich przeszkód i w dowolnej ilości!

Do sukcesu należy podchodzić z etycznego punktu widzenia. Sukces to Twój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność!

Exercise

Success should be approached as your _____,
_____, and _____.

Write in your own words how success is your duty, obligation, and responsibility.

Write two examples of how you lie to yourself about success.

What are two things that are important to know about success?

Rozdział 5

Sukcesu nie brakuje

Sposób, w jaki postrzegasz sukces, jest tak samo ważny, jak podejście do sukcesu.

W przeciwnieństwie do produktu, który jest wytwarzany i magazynowany, nie ma „ograniczenia” co do tego, jak duży sukces można osiągnąć. Możesz mieć tyle, ile chcesz, i ja też – a twoje osiągnięcie nie przeszkadza ani nie ogranicza mojej zdolności do osiągania.

Niestety, większość ludzi patrzy na sukces jako na niedostatek.

Mają tendencję do myślenia, że jeśli ktoś inny odniesie sukces, w jakiś sposób ograniczy to ich zdolność do osiągnięcia sukcesu. Sukces nie jest loterią, bingo, wyścigiem konnym czy grą karcianą, w której można wygrać tylko jednego zwycięzcę. Po prostu tak nie jest. Gordon Gekko w filmie Wall Street powiedział: „na każdego zwycięzcę jest przegrany”. Sukces nie jest grą o sumie zerowej, może być wielu zwycięzców. Sukces nie jest towarem ani zasobem, który ma ograniczone rezerwy.

Nigdy nie zabraknie sukcesu, ponieważ tworzą go ci, którzy nie mają ograniczeń w zakresie pomysłów, kreatywności, pomysłów, talentu, inteligencji, oryginalności, wytrwałości i determinacji. Zauważ, że odnoszę się do sukcesu jako do czegoś, co zostało stworzone, a nie nabycie. W przeciwnieństwie do miedzi, srebra, złota czy diamentów — przedmiotów, które już istnieją i które trzeba znaleźć, aby wprowadzić je na rynek — ludzie osiągają sukces. Świetne pomysły, nowe technologie, innowacyjne produkty i świeże rozwiązania starych problemów to wszystko, czego nigdy nie będzie brakować.

Tworzenie sukcesu może mieć miejsce na całym świecie – w tym samym czasie lub w różnym czasie i na różnych poziomach – przez miliony ludzi, którzy nie mają granic. Sukces nie zależy od zasobów, zapasów czy przestrzeni.

Polityka i media utrwalają te koncepcje niedoboru, sugerując, że nie ma „wystarczająco” pewnych rzeczy do obejrzenia – że „jeśli masz coś, ja nie mogę”. Wielu polityków uważa, że muszą szerzyć ten mit, aby zachęcić swoich zwolenników do zajęcia stanowiska za lub przeciw innemu politykowi lub partii. Wypowiadają stwierdzenia typu: „Zadbam o ciebie lepiej niż o drugiego faceta”, „Ułatwię ci życie”, „Obniżę dla ciebie podatki”, „Obiecuję lepszą edukację dla twoich dzieci” lub „Sprawię, że odniesiesz większy sukces.” Podstawową implikacją tych twierdzeń jest to, że tylko ja mogę to zrobić – nie ten drugi facet. Politycy ci najpierw podkreślają tematy i inicjatywy, które ich zwolennicy uważają za ważne, a potem stwarzają poczucie, że obywatele nie są w stanie zrobić czegoś dla siebie. Podkreślają istniejącą „niedobór” i robią wszystko, aby ludzie czuli, że ich jedyną szansą na uzyskanie tego, czego chcą i potrzebują, jest ich wsparcie. W przeciwnym razie sugerują, że Twoje szanse na otrzymanie udziału stają się jeszcze mniejsze.

Jednym z powodów, dla których trudno jest dyskutować z ludźmi o polityce lub religii, jest to, że wymiana informacji na temat obu ma tendencję do sugerowania niedoborów – co z kolei powoduje nieuniknione spory. Na przykład, jeśli wygrają twoje przekonania polityczne, to moja polityka

stracić. Jeśli jedna partia dostanie to, co popiera, druga grupa musi ucierpieć. To samo można powiedzieć o pewnych ogólnych postawach i punktach widzenia. Niezwykle trudno jest ludziom „zgodzić się na niezgodę”; ludzie działają przy założeniu, że przekonania jednej osoby nie mogą być podtrzymane, jeśli istnieją sprzeczne przekonania innej osoby. Pojęcie to – ponownie oparte na pojęciu ograniczeń i niedoborów – tylko zwiększa napięcie, jakie mamy ze sobą. Dlaczego jedna osoba musi się mylić, a druga mieć rację? Skąd potrzeba braków?

Pojęcie konkurencji sugeruje, że jeśli jedna osoba wygrywa, druga musi przegrać. Chociaż może to być prawdą w grze planszowej, w której celem jest wyłonienie jednego zwycięzcy, nie jest to rzeczywistość w odniesieniu do sukcesu w biznesie i życiu. Wielcy gracze nie myślą w kategoriach takich ograniczeń. Zamiast tego myślą bez ograniczeń – coś, co pozwala im wznieść się na poziomy, które wielu innych uważa za niemożliwe. Legenda finansów Sukces Warrena Buffetta nie jest ograniczony przez czyjeś strategie inwestycyjne, a jego zdolności finansowe w żaden sposób nie ograniczają mojej zdolności do osiągnięcia sukcesu finansowego dla mnie. Założyciele Google nie powstrzymali tworzenia Facebooka, ani dwie dekady dominacji Microsoftu nie powstrzymały Steve'a Jobsa przed podniesieniem profilu Apple za pomocą iPodów, iPhone'ów i iPadów. Podobnie ilość nowych produktów, pomysłów i udanych kreacji tych firm w ciągu ostatnich kilku lat nie przeszkodzi innym – być może Tobie – w osiągnięciu jeszcze bardziej zdumiewającego sukcesu.

Nie trzeba daleko szukać, aby zobaczyć mit niedoboru utrwalany przez większość populacji poprzez wyrażanie zazdrości, niezgody, niesprawiedliwości i sugestie, że ci, którzy „uderzyli w duże”, zostali niesprawiedliwie wynagrodzeni. Do tego dochodzą ciągłe doniesienia w mediach o braku pracy, pieniędzy, możliwości, a nawet czasu. Jak często słyszysz, jak ktoś twierdzi, że „nie ma wystarczająco dużo czasu w ciągu dnia”? Albo ktoś inny narzeka, że „nie ma dobrej pracy” lub „nikt nie zatrudnia”. Rzeczywistość jest taka, że nawet jeśli 20 procent populacji jest bezrobotnych, 80 procent ma pracę.

Inny przykład tego „niedostatecznego myślenia” miał miejsce w moim sąsiedztwie. Mężczyzna, który mieszka obok mnie, jest, nawiąsem mówiąc, jednym z najsłynniejszych aktorów w Hollywood; jest wielką gwiazdą i niesamowitym aktorem. Droga, która oddziela mój dom od jego domu, ma wyboje, których miasto wydaje się nigdy nie być w stanie naprawić. Inny sąsiad, który mieszka na końcu ulicy, miał czelność zasugerować, że „gwiazda filmowa” naprawi ulicę, ponieważ zarabia 20 milionów dolarów na filmie. Byłem zszokowany procesem myślowym tej osoby na temat sukcesu – tylko dlatego, że ten aktor osiągnął sukces wykraczający poza ten, który osiągnął każdy z nas w sąsiedztwie, powinien pokryć rachunek za naprawę ulicy. byłam

myśląc, że reszta z nas powinna poprawić dla niego drogę, ponieważ poprawia wartość naszego sąsiedztwa!

Kiedy jakaś osobowość telewizyjna dostaje ogromny kontrakt finansowy, ludzie często reagują pytaniem: „Jak jedna osoba może otrzymać tak dużo pieniędzy?” Ale pieniądze są tworzone przez człowieka i drukowane przez maszyny. Brakuje nawet pieniędzy; po prostu cierpi z powodu redukcji wartości. Jakaś grupa uznająca pojedynczą osobę wartą 400 milionów dolarów powinna być dla ciebie zachętą, że wszystko jest możliwe.

Odkryłem, że większość – jeśli nie wszystkie – niedobory to po prostu wymyślone pojęcia. Firma lub organizacja, która może przekonać Cię, że istnieje ograniczona ilość tego, czego potrzebujesz lub chcesz — czy to diamentów, ropy, wody, czystego powietrza, chłodnej pogody, ciepłej pogody, energii — może wytworzyć poczucie pilności, inspirując w ten sposób ludzi do wspierać ich sprawę.

Musisz pozbyć się koncepcji, że sukces możliwy w jakikolwiek sposób ograniczyć. Działanie pod tym pojęciem zaszkodzi twojej zdolności do tworzenia sobie sukcesu. Powiedzmy, że ty i ja licytujemy o klienta, a ja załatwię interes. Nie oznacza to, że nie możesz odnieść sukcesu; w końcu nie był to jedyny klient, o który licytowałaś. Bycie zależnym tylko od jednej rzeczy lub osoby, aby odnieść sukces, ograniczy twoje szanse na osiągnięcie. Chociaż ty i ja rywalizujemy na tym jednym kontrakcie, „Mr. Think Big — No Shortages” zdobywa tysiące klientów i pokazuje nam prawdziwą definicję sukcesu!

Aby wyjść poza mit niedoboru, musisz zmienić swoje myślenie, aby zobaczyć, że osiągnięcia innych faktycznie stwarzają szansę na wygraną również dla Ciebie. Sukces każdego lub jakiekolwiek grupy jest ostatecznie pozytywnym wkładem dla wszystkich ludzi i wszystkich grup, ponieważ zapewnia potwierdzenie możliwości dla wszystkich. Dlatego ludzie są tak zainspirowani, gdy są świadkami wielkiego zwycięstwa lub występu. Widzenie sukcesu w działaniu ożywia nas wszystkich i zmniejsza nasze przekonanie, że nasza zdolność do osiągnięcia czegoś jest „niemożliwa”. Niezależnie od tego, czy sukcesem jest nowa technologia, przełom w medycynie, wyższy wynik, szybszy czas, czy nowa rekordowa cena za przejęcie firmy – i czy uczestniczyłeś, czy nie – takie osiągnięcia są potwierdzeniem, że sukcesu nie brakuje i jest całkowicie możliwe dla każdego.

Usuń wszelkie koncepcje, które możesz mieć, że sukces jest ograniczony tylko do niektórych i tylko w określonych ilościach. Ty i ja możemy dostać tyle, ile chcemy – w tym samym czasie. W momencie, gdy zaczynasz myśleć, że czyś zysk to Twoja strata, ograniczasz się, myśląc w kategoriach konkurencji i niedoborów. Jest to moment, w którym musisz zdyscyplinować swoje myślenie, aby zrównać każdy sukces z możliwościami większego sukcesu. Następnie wróć do zobowiązania, że sukces jest twoim obowiązkiem etycznym. To zmotywuje najbardziej kreatywne części ciebie do znalezienia

rozwiązań i sposobów, w jaki można stworzyć oryginalny sukces w obfitości kwoty.

Exercise

Write down an example of shortages of success that you have seen.

How are so-called shortages actually created?

There exist no shortages of success, but what is there truly a shortage of?

Rozdział 6

Przejmij kontrolę nad wszystkim

Miałem zamiar nazwać ten rozdział „Nie bądź małą suką”, ale postanowiłem się trochę wycofać, żeby nikogo nie urazić. Staram się pracować nad tym tytułem, odkąd opublikowałem moją ostatnią książkę, jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni. Wciąż kocham ten tytuł i umieram z niecierpliwości, żeby go gdzieś przerobić. Pomyślałem, że będzie to idealne rozwiązanie do tego rozdziału, ponieważ celem tego jest omówienie idei, że łącz, narzekacze i ofiary po prostu nie radzą sobie dobrze z przyciąganiem lub tworzeniem sukcesu. Nie chodzi nawet o to, że nie są zdolni; po prostu ludzie, którzy zazwyczaj odnoszą sukces, muszą podejmować wielkie działania – a nie można podejmować wielkich działań, jeśli nie bierzesz odpowiedzialność. Równie niemożliwe jest zrobienie czegoś pozytywnego, gdy spędzasz czas na wymyślaniu wymówek.

Musisz zrozumieć — jak już wielokrotnie mówiłem — że sukces nie jest czymś, co ci się przytrafia ; to coś, co dzieje się z twojego powodu i z powodu działań, które podejmujesz. Ludzie, którzy odmawiają wzięcia odpowiedzialności, na ogół nie radzą sobie dobrze w podejmowaniu wielu działań, a następnie nie radzą sobie dobrze w grze o sukces. Ludzie sukcesu akceptują bardzo wysoki poziom odpowiedzialności za tworzenie i osiąganie sukcesu dla siebie – a nawet za niepowodzenie.

Ludzie sukcesu nienawidzą gry w obwinianie i wiedzą, że lepiej jest sprawić, by coś się wydarzyło — dobre lub złe — niż tobie.

Ci, którzy cierpią z powodu myślenia ofiary – które z grubsza szacuję na około 50 procent populacji – znienawidzą ten rozdział i prawdopodobnie wybrali tę książkę przez pomyłkę. Każdy, kto używa obwiniania jako przyczyny, dla której coś się wydarzyło lub nie, nigdy nie osiągnie prawdziwego sukcesu w życiu, a jedynie pogłębi swój status niewolnika na tej planecie. Ci, którzy oddają kontrolę innym dla swojego sukcesu – lub jego braku – nigdy nie będą kontrolować swojego życia.

Żadna gra w życiu nie jest naprawdę przyjemna bez uprzedniego zaakceptowania kontroli nad twoim zrozumieniem gry, sposobem w jaki grasz, a następnie wynikiem gry. Ludzie, którzy przyjmą pozycję ofiary, nigdy nie będą bezpieczni – po prostu dlatego, że zdecydują się przekazać odpowiedzialność innej stronie i ponieważ nigdy nie chcą sami wiedzieć , co mogą zrobić. Dlatego nigdy nie przejmują kontroli nad swoimi wynikami w przyszłości, mówiąc: „Jestem małą ofiarą; złe rzeczy zdarzają mi się często i nie mogę nic na to poradzić”.

Aby osiągnąć w życiu cel, do którego chcesz się udać, musisz przyjąć pogląd, że wszystko , co dzieje się w twoim świecie — dobre, złe lub nic — jest spowodowane przez ciebie. Przejmuję kontrolę nad wszystkim, co mi się przydarza, nawet nad tymi rzeczami, nad którymi wydaje się, że nie mam kontroli. Niezależnie od tego, czy mam kontrolę, czy nie, nadal wybieram odpowiedzialność i kontrolę, abym mógł zrobić coś, aby poprawić moje

sytuacja w przyszłości. Jeśli na przykład w mojej okolicy gaśnie prąd, zamiast obwiniać miasto lub stan za przerwy w dostawie prądu, zastanawiam się, co mógłbym zrobić inaczej, aby następnym razem nie doznać negatywnych skutków. Nie myl tego z jakąś kompulsywną potrzebą kontroli; jest to po prostu zdrowe poczucie odpowiedzialności na wysokim poziomie i sposób na generowanie skutecznych rozwiązań. W rzeczywistości nie miałem nic wspólnego z gaszeniem światła; mogło to być spowodowane zbyt dużą liczbą osób korzystających z energii elektrycznej w tym samym czasie, falami upałów, pogodą, trzęsieniem ziemi lub uderzeniem w transformator. Zapłaciłem rachunek zgodnie z planem, a teraz nie mam prądu i ciepła, nie mogę zagotować wody, schłodzić jedzenia ani korzystać z komputerów.

Obwinianie nie zmieni żadnego z tych warunków, a ponieważ sukces jest moim obowiązkiem, obowiązkiem i odpowiedzialnością, jest mi teraz trochę trudno przekazać to państwu. Trudno jest uważać się za sukces, jeśli nie masz światła, ciepła lub nie zepsutej żywności.

Kiedy przyjmę i zwiększę swoją odpowiedzialność za tę sytuację, prawdopodobnie wymyślę rozwiązanie w przyszłości. Prawdopodobnie już pomyślałeś, co to może być. Nie przydarzyło mi się to tylko dlatego, że zgasł prąd. Zdarzyło mi się, bo nie miałem zapasowego generatora. To nie był pech ani nawet złe planowanie; było to wynikiem przekazania odpowiedzialności komuś innemu. Nie bądź małą suką – kup generator. Och, ale generatory kosztują! Nie tyle pieniędzy, co bycie bez prądu przez trzy dni i niemożność opiekowania się rodziną. Gdy zdecydujesz się przejąć kontrolę i zwiększyć odpowiedzialność, zaczniesz znajdować skuteczne rozwiązania, które sprawią, że Twój życie będzie lepsze!

Przejmij kontrolę i zwięksź odpowiedzialność, przyjmując stanowisko, że sprawiasz, że wszystko się dzieje, nawet te, o których wcześniej uważałeś, że nie są pod Twoją kontrolą. Nigdy nie stawaj na stanowisku, że coś ci się po prostu przytrafia; raczej zdarzają się z powodu czegoś, co zrobiłeś lub czego nie zrobiłeś. Jeśli chcesz wziąć kredyt, gdy wygrasz, musisz wziąć kredyt, gdy tego nie zrobisz!

Zwiększenie poziomu odpowiedzialności nieodłącznie zwiększy Twoją zdolność do znajdowania rozwiązań i zapewni sobie większy sukces. Obwinianie kogoś lub czegoś innego tylko wydłuża to, jak długo będziesz ofiarą i niewolnikiem. Przejęcie kontroli spowoduje, że zaczniesz zastanawiać się, co możesz zrobić, aby upewnić się, że nie będą miały miejsca negatywne zdarzenia, abyś mógł poprawić jakość swojego życia i zmniejszyć występowanie pozornie przypadkowych, niefortunnych zdarzeń.

Powiedzmy, że ktoś mnie wkurza. Najwyraźniej ta osoba jest winna. Chociaż będę na niego zły, ostatnią rzeczą, jakiej chcę, jest przyjęcie pozycji ofiary. Jak okropnie! „Spójrz, co mi się przydarzyło – och, biedny ja – jestem

ofiara." Czy dostaniesz wizytówkę lub przeprowadzisz kampanię telewizyjną informującą o tym opinii publicznej jako sposób na zdobycie szacunku i uwagi? Oczywiście nie! Nigdy nie pretenduj do pozycji ofiary po podjęciu decyzji o stworzeniu życia pełnego sukcesu. Zamiast tego zastanów się, jak zmniejszyć ryzyko niedogodności, takich jak ludzie, którzy cię atakują, aby nigdy się nie powtórzyły.

Reguła 10X odnosi się do ogromnych ilości działań podejmowanych uporczywie w czasie. Aby dobre rzeczy zdarzały się częściej, nie możesz sobie pozwolić na zachowywanie się jak ofiara. Dobre rzeczy nie zdarzają się ofiarom; złe rzeczy zdarzają się – dość często – i wszystko, co musisz zrobić, to je zapytać. Ci, którzy przyjmą pozycję ofiary, z radością będą opowiadać ci, że nie mieli nic wspólnego z wieloma złymi przerwami i nieszczęściami w życiu, które wydają się uderzać w nich raz za razem przez całe życie. W życiu ofiary istnieją cztery stałe czynniki: (1) przytrafiają jej się złe rzeczy, (2) często zdarzają się złe rzeczy, (3) zawsze są zaangażowane i (4) ktoś lub coś innego zawsze jest winne.

Ludzie sukcesu zajmują przeciwnie stanowisko i ty też musisz: wszystko, co dzieje się w twoim życiu, jest wynikiem twojej własnej odpowiedzialności, a nie tylko jakiejś zewnętrznej siły. To skłoni cię do szukania sposobów na wyjście z sytuacji i przejęcie kontroli nad tym, aby w przyszłości nie „przydarzały ci się” złe rzeczy. Po każdym nieprzyjemnym spotkaniu lub zdarzeniu zaczni zadawać sobie pytanie: „Co mogę zrobić, aby zmniejszyć szanse na to, że to się powtórzy — lub nawet upewnić się, że to się nie powtórzy?” Wracając do mojego wcześniejszego przykładu bycia tyłem: jest tak wiele sposobów, w jakie mogłeś zapobiec sytuacji, w której rozproszony kierowca wjechał na tył twojego samochodu. Mogłeś dostać kierowcę, wyjechał wcześniej lub później, sfinalizować transakcję w zeszłym tygodniu, wybrać inną trasę — lub być tak ważny, że Twoi klienci przyjechali do Ciebie, a nie Ty do nich.

Pozwól, że spróbuję skłonić cię do zmiany sposobu myślenia, zanim pójdę dalej. Wiele osób zgadza się z poglądem, że przyciągasz lub przyciągasz do swojego życia rzeczy — i ludzi — na które zwracasz największą uwagę. Wielu może również zgodzić się, że wykorzystali tylko niewielką część swojego zrozumienia i zdolności umysłowych. Czy jest więc jakaś możliwość, że kiedyś przed wizytą podjęłeś jakąś decyzję, której być może nawet nie zdawałeś sobie sprawy, aby w pewnym sensie stworzyć ten rzekomy wypadek, abyś mógł nadal mieć coś do zarzucenia za swoje życie? Jeśli jest to choćby w niewielkim stopniu możliwe, warto to zbadać! Zrozum, że musiałeś być w tym jednym miejscu w idealnym momencie, aby brać udział w wypadku. Tysiące innych ludzi nie było zaangażowanych — ty byłeś. Wyjechałeś dokładnie w odpowiednim czasie, aby skoordynować się z kimś na jednej ze stu ulic, a następnie ustawiłeś się dokładnie w tym miejscu, w tym konkretnym momencie i ustawiłeś się bezpośrednio przed tym wyjątkowym kierowcą, który

nie zwracał uwagi i wbijał się w twój samochód. Kiedy złe rzeczy przytrafiają się dobrym ludziom, zapewniam cię, że dobrzy ludzie mieli z tym więcej wspólnego, niż biorą za to odpowiedzialność.

Gdybyś wyszedł chwilę wcześniej, mógłbyś uniknąć rzekomego wypadku. Gdybyś jechał z jakąkolwiek inną prędkością, nie udałoby ci się tak doskonale skoordynować. Gdybyś wybrał inną ulicę, to by się nie wydarzyło. Brzmi zbyt daleko? Czy to był tylko wypadek i po prostu pech? Może jesteś tylko ofiarą, przeznaczoną do życia pechowego i nieszczęścia. Kiedy fizyczny wszechświat wciąż cię oklepuje i nic się nie poprawia, możesz chcieć wziąć pod uwagę, że rzeczy dzieją się nie tylko przez przypadek i przypadek, ale że masz coś wspólnego z tym, co się dzieje — inaczej by cię to nie dotyczyło. Pamiętaj, chociaż może się to przytrafić tobie, dzieje się to z twojego powodu. Chociaż możesz nie chcieć zgłaszać odpowiedzialności za wypadek w raporcie policyjnym, w rzeczywistości firma ubezpieczeniowa nałoży karę niezależnie od tego, kto ponosi winę. Pamiętaj o jednej rzeczy: za każdym razem, gdy udajesz ofiarę, aby „mieć rację”, przyjmujesz tożsamość ofiary, a to nie może być dobre. Dopóki dana osoba nie przestanie być ofiarą, nie jest w stanie tworzyć rozwiązań i sukcesu. Ta osoba ma tylko problemy.

Kiedy zaczniesz podchodzić do każdej sytuacji jak ktoś, kto działa — nie będąc pod wpływem — zaczniesz mieć większą kontrolę nad swoim życiem. Uważam, że sukces (lub jego brak) jest bezpośrednim wynikiem wszystkiego, co robisz i myślisz. Jesteś źródłem, generatorem, źródłem i przyczyną wszystkiego — zarówno pozytywnego, jak i negatywnego. Nie ma to oczywiście na celu uproszczenia koncepcji sukcesu, ale dopóki nie zdecydujesz, że jesteś za wszystko odpowiedzialny, prawdopodobnie nie podejmiesz działań niezbędnych, aby uzyskać przewagę nad grą. Jeśli jednak chcesz mieć to wszystko, to oczywiście musisz wziąć odpowiedzialność za wszystko. W przeciwnym razie zmarnujesz wiele potencjalnych wymówek 10X produkujących energię zamiast zysków.

Mitem i fałszem jest myślenie, że sukces po prostu zdarza się lub że zdarza się po prostu niektórym ludziom. Wiem, że podejście, które proponuję, działa, bo to właśnie nim skumulowałem swój własny sukces. Nie dorastałem w szczególnie uprzywilejowanym gospodarstwie domowym z jakimkolwiek powiązaniemi z rzekomo „właściwymi” ludźmi. Nie dostałem żadnych pieniędzy na założenie firmy i nie byłem specjalnie bardziej „uzdolniony” niż następna osoba. Udało mi się jednak osiągnąć sukces finansowy, fizyczny, duchowy i emocjonalny, który znacznie przewyższa wszystko, czego większość ludzi ode mnie oczekiwала — wszystko dlatego, że byłem gotów podjąć działania na ogromnym poziomie, przejąć kontrolę i wziąć odpowiedzialność za każdy wynik.

Grypa, ból brzucha, wypadek samochodowy, przestępca kradnący moje pieniądze, awaria komputera, a nawet brak prądu, przejmuję kontrolę i odpowiedzialność.

Dopiero gdy naprawdę zacząłem wierzyć, że nic mi się nie dzieje; dzieje się to przeze mnie, że mogłem zacząć działać na poziomach 10X. Ktoś kiedyś powiedział: „Nieważne gdzie pójdę, tam jestem”. To małe powiedzenie sugerowało mi, że jestem zarówne problemem, jak i rozwiązaniem. Ten pogląd stawia mnie w sytuacji, w której jestem raczej przyczyną wyników mojego życia niż ofiarą. Nie pozwoliłem sobie obwiniać kogokolwiek ani czegokolwiek innego jako usprawiedliwienie jakichkolwiek napotkanych trudności. Zacząłem wierzyć, że chociaż nie zawsze mogę mieć wpływ na to, co się ze mną dzieje, zawsze mam wybór, jak na to zareaguję. Sukces to nie tylko „podróż”, jak sugerują niezliczone osoby i książki; jest to raczej stan — stały lub inny — nad którym masz kontrolę i odpowiedzialność. Albo odniesiesz sukces, albo nie — i nie jest to dla narzekających, płaczących i ofiar.

Bez wątpienia masz dary, których jeszcze nie wykorzystałeś — potencjał, który pozostaje niewykorzystany. Obdarzono cię pragnieniem wielkości i jesteś wystarczająco świadomy, by wiedzieć, że nie brakuje ci sukcesu. Zwięksaj poziom swojej odpowiedzialności, przejmij kontrolę nad wszystkim, co ci się przydarza, i żyj zgodnie ze sloganem, że nic ci się nie dzieje — tylko z twojego powodu! I pamiętaj: „Nie bądź małą suką”.

Exercise

What do you want to assume control of in your life?

Success is not something that happens *to* you; it's something that happens _____.

Write three examples when you made success happen, it didn't just happen to you.

What are the four consistent factors in the life of the victim?

Rozdział 7

Cztery stopnie działania

Jedno pytanie, które otrzymałem przez lata, brzmi: „Dokładnie, ile działań jest niezbędnych, aby osiągnąć sukces?” Nic dziwnego, że wszyscy szukają tajnego skrótu — i równie zaskakujący jest następujący fakt: nie ma skrótów.

Im więcej podejmiesz działań, tym większe masz szanse na przerwę.

Zdyscyplinowane, konsekwentne i wytrwałe działania są bardziej decydującym czynnikiem w tworzeniu sukcesu niż jakakolwiek inna kombinacja rzeczy. Zrozumienie, jak obliczyć, a następnie podjąć odpowiednią ilość działań, jest ważniejsze niż Twoja koncepcja, pomysł, wynalazek czy biznesplan.

Większość ludzi zawodzi tylko dlatego, że działają w niewłaściwym stopniu.

Aby uprościć działanie, podzielmy Twoje wybory na cztery proste kategorie lub stopnie działania. Twoje cztery opcje to: 1. Nic nie rób.

2. Wycofanie się.
3. Podejmij normalne działania.
4. Podejmij masowe działanie.

Zanim przejdę do opisu każdego z nich, ważne jest, aby zrozumieć, że każdy wykorzystuje wszystkie cztery stopnie działania w pewnym momencie swojego życia, a zwłaszcza w odpowiedzi na różne obszary życia. Na przykład możesz użyć masowych działań w swojej karierze, ale potem całkowicie wycofać się, jeśli chodzi o obowiązki obywatelskie i obowiązki. Inna osoba może nic nie zrobić, jeśli chodzi o poznawanie mediów społecznościowych, a nawet wycofać się z nich. Inny może podejmować tylko normalne działania, jeśli chodzi o zdrowe odżywianie i ćwiczenia, ale potem przewyższać (podejmować masowe działania), jeśli chodzi o destrukcyjne nawyki. Człowiek oczywiście będzie się wyróżniał i radził sobie najlepiej w tych obszarach, w które poświęca najwięcej uwagi i podejmuje najwięcej działań.

Niestety, większość ludzi na planecie spędza czas od pierwszego do trzeciego stopnia: nic nie robiąc, całkowicie wycofując się lub po prostu działając na normalnym poziomie aktywności. Pierwsze dwa stopnie działania (nic nie robienie i wycofywanie się) są podstawą porażki, a trzeci stopień (normalne poziomy) w najlepszym wypadku stworzy jedynie normalną egzystencję. Tylko ludzie odnoszący największe sukcesy osiągają bardzo wysokie poziomy działania, które określam jako masowe. Przyjrzyjmy się więc każdemu z czterech stopni, aby zobaczyć, co oznaczają i dlaczego możesz wybrać każdy z nich w różnych sytuacjach i obszarach życia.

Pierwszy stopień działania

„Nic nie robienie” jest dokładnie tym, co brzmi: nie podejmuje już działań, aby się poruszyć

do przodu, aby uczyć się, osiągać lub kontrolować jakiś obszar. Ludzie, którzy nic nie robią w swojej karierze, związkach lub cokolwiek chcą, prawdopodobnie zrezygnowali ze swoich marzeń i są teraz gotowi zaakceptować praktycznie wszystko, co stanie im na drodze. Wbrew pozorom nie zakładał, że nicnierożenie nie wymaga energii, wysiłku i pracy! Bez względu na to, w jakim stopniu działaś, wszystkie wymagają pracy na swój własny sposób. Oznaki, że nic nie robisz, obejmują nudę, letarg, samozadowolenie i brak celu. Osoby z tej grupy będą tracić czas i energię na usprawiedliwianie swojej sytuacji – co wymaga tyle samo pracy, co inne działania.

Gdy rano włączy się alarm, grupa „nic nie rób” w ogóle nie zareaguje. Chociaż może się wydawać, że nie podejmują działań, w rzeczywistości potrzeba dużo energii, by nie wstać rano. Potrzeba pracy, aby stracić pracę z powodu braku produkcji. To jest praca, którą trzeba przeoczyć w celu awansu i czekać kolejny rok na rozważenie, a następnie wrócić do domu i wyjaśnić to współmałżonkowi. Potrzeba ogromnego wysiłku, aby istnieć na tej planecie jako niedoceniany i słabo opłacany pracownik – i jeszcze więcej energii, aby to zrozumieć. Osoba, która nie podejmuje działań, musi usprawiedliwiać swój stan; wymaga to ogromnej kreatywności i wysiłku. Sprzedawcy, którzy nic nie robią, a następnie częściej tracą sprzedaż niż wygrywają, muszą tłumaczyć sobie, swoim małżonkom i szefom, dlaczego nie osiągają swoich limitów. Interesujące jest również to, że ci, którzy nie robią nic w jednej dziedzinie swojego życia, znajdą coś, co lubią robić i spędzają czas na robieniu tych rzeczy – coś, dla czego często podejmują masowe działania. Może to być poker online, gry, jazda na rowerze, oglądanie filmów, czytanie książek. Cokolwiek by to nie było, zapewniam, że jakaś dziedzina życia otrzymuje ich pełną energię i uwagę. Ci, którzy nic nie robią, będą upierać się przyjaciołom i rodzinie, że są szczęśliwi i zadowoleni i że wszystko jest z nimi w porządku, co tylko wprowadza wszystkich w zakłopotanie, ponieważ jest oczywiste, że nie wykorzystują w pełni swojego potencjału.

Drugi stopień działania

„Wycofujący się” to ci, którzy podejmują działania w odwrotnej kolejności – prawdopodobnie w celu uniknięcia negatywnych doświadczeń, które, jak sobie wyobrażają, nadziejają w wyniku podjęcia działania. Rekolekcjoner uosabia zjawisko „lęku przed sukcesem”. Doświadczył rezultatów, które nie były owocne (lub których nie uważały za owocne) i dlatego zdecydował się unikać podejmowania dalszych działań, które mogłyby skłonić go do powtórzenia się. Podobnie jak „nie-rożenie nic”, rekolekcje uzasadniają swoje odpowiedzi i wierzą, że w ich najlepszym interesie jest dalsze działanie

aktualny poziom. Retreaterzy twierdzą, że robią to, aby uniknąć większej liczby odrzuceń i/lub niepowodzeń; prawie nigdy nie ma na nich wpływu faktyczne odrzucenie lub porażka. Najczęściej to ich wrażenie i ocena tego, co oznacza porażka i odrzucenie, powoduje, że się wycofują.

Podobnie jak nicnierobienie, wycofywanie się jest działaniem wymagającym wysiłku i ciężkiej pracy. Obserwuj każde zdrowe dziecko, a zobacysz, że nie jest normalnym ludzkim zachowaniem wycofywanie się, ale raczej postęp i podbój. Zwykle wycofywanie się pojawia się tylko w wyniku ciągłego powtarzania tego. Tak wielu z nas uczy się w dzieciństwie: „nie dotykaj tego”, „bądź ostrożny”, „nie rozmawiaj z nim”, „oddal się od tego” itd., a potem zaczyna przyjmować odosobnienie jako działanie. Mamy tendencję do odciągania się od rzeczy, które nas najbardziej interesują. Chociaż często jest to dla naszego własnego dobra i rzekomo zapewnia nam bezpieczeństwo, może być trudno odreagować te lata „powstrzymywania się” — co może być powodem, dla którego tak wielu z nas tak trudno jest próbować nowych rzeczy w późniejszym życiu. Może nawet zostać zachęcony do wycofania się przez współpracownika, przyjaciela lub członka rodziny, który uważa, że jesteśmy „zbyt ambitni” lub koncentrujemy się na jednym obszarze naszego życia.

Niezależnie od powodów, dla których wycofujący się poruszają się w kierunku przeciwnym do celu, wynik jest zwykle taki sam. Wyobrażam sobie, że każdy, kto to czyta, zna kogoś, kto się wycofuje, a może nawet możesz zobaczyć, jak wycofujesz się w jakiejś dziedzinie swojego życia. Każda sfera, w której założyłeś, że nie możesz już rozwijać się i doskonalić – a teraz decydujesz, że „nic nie możesz zrobić” – byłaby uważana za obszar odwrotu. „Rynek akcji jest do bani; Nigdy więcej w to nie zainwestuję” – rekolekcje. „Większość małżeństw kończy się niepowodzeniem; Zostaję singlem” – rekolekcje. „Biznes aktorski jest zbyt trudny; Będę po prostu kelnerem do końca życia” – rekolekcje. „Rynek pracy jest okropny; nikt nie zatrudnia – ja ubiegam się o bezrobocie” – rekolekcje. „Nie mogę kontrolować wyniku wyborów, więc nawet nie zwracam sobie głowy głosowaniem” – odwrót! I zauważ jedną wspólną cechę każdego z tych scenariuszy: wszystkie nadal wymagają podjęcia pewnego rodzaju działania, nawet jeśli jest to tylko podjęcie decyzji.

Ci, którzy się wycofują, spędzą dużo czasu na uzasadnieniu, dlaczego się wycofują. Zwykle nie ma dyskusji z tymi osobnikami, ponieważ zazwyczaj całkowicie przekonali się, że robią tylko to, czego potrzebują, aby przetrwać. Następnie poświęcają tyle energii na uzasadnienie swojej decyzji o wycofaniu się, ile osoba odnosząca największe sukcesy będzie w tworzeniu sukcesu. Najlepszą rzeczą, jaką możesz zrobić dla osób na odosobnieniu, jest przekazanie im tej książki i umożliwienie im samodzielnego określenia, że wycofują się. Kiedy dana osoba zobaczy cztery stopnie działania i zda sobie sprawę, że każdy z nich wymaga energii, może zacząć dokonywać innych, zdrowszych wyborów. W końcu, jeśli masz zamiar wydać wysiłek, dlaczego nie zrobić tego w kierunku

sukcesu?

Trzeci stopień działania

Ludzie, którzy podejmują normalne działania, są prawdopodobnie najbardziej rozpowszechnionymi w dzisiejszym społeczeństwie. Jest to grupa, która wydaje się, że podejmuje niezbędne działania i jest „normalna”. Ten poziom działania tworzy klasę średnią i jest w rzeczywistości najbardziej niebezpieczny — ponieważ jest uważany za akceptowalny. Ludzie z tej grupy spędzają swoje życie na podejmowaniu wystarczających działań, aby wyglądać na przeciętnych i tworzyć normalne życie, małżeństwa i kariery; jednak nigdy nie robią wystarczająco dużo, aby osiągnąć prawdziwy sukces. Niestety większość siły roboczej podejmuje normalne działania; to ci menedżerowie, dyrektorzy i firmy, które bardziej się łączą, niż się wyróżniają. Chociaż niektórzy członkowie tej grupy mogą czasami próbować uzyskać wyjątkową jakość, prawie nigdy nie tworzą niczego w wyjątkowych ilościach. Tutaj celem jest średnia — średnie małżeństwa, zdrowie, kariera i finanse. Tak dugo, jak przeciętny działa, są z tym w porządku. Nie powodują problemów dla innych ani dla siebie, o ile warunki pozostają stabilne i przewidywalne.

Jednak w momencie, gdy warunki rynkowe ulegną negatywnemu wpływowi — a zatem mniej niż zwykle — ci ludzie nagle zdają sobie sprawę, że są zagrożeni. Dodaj jakkolwiek poważną zmianę do warunków, w których ludzie podejmują tylko „normalne” działania — co z pewnością nastąpi w pewnym momencie — i wszystkie zakłady zostaną anulowane. Nieradko spotykamy się z sytuacją, która zagraża życiu, karierze, małżeństwu, biznesowi lub finansom danej osoby. Kiedy podejmujesz tylko normalne działania, jesteś jeszcze bardziej podatny na wyzwania, które z pewnością pojawią się na Twojej drodze. Dowolny zestaw zwykłych wydarzeń, warunków finansowych lub stresujących doświadczeń może zrzucić z życia typowo „akceptowalne” poziomy działań i spowodować poważny poziom stresu, niepewności i zranienia.

Przeciętny z definicji zakłada „mniej niż nadzwyczajny”. To naprawdę — w pewnym stopniu — po prostu alternatywny opis odosobnienia i braku działania. I nawet bierze pod uwagę negatywne duchowe skutki osoby znającej swój prawdziwy potencjał do działania, a następnie działającej znacznie poniżej tego, do czego jest zdolna. Ktoś, kto podejmuje przeciętne działania, ale jest zdolny do znacznie więcej, tak naprawdę decyduje się zrobić coś w rodzaju nicnierobienia lub wycofywania się.

Bądź ze sobą szczerzy: czy masz więcej dostępnej energii i kreatywności niż zużywasz? Przeciętny student, przeciętne małżeństwo, przeciętne dzieci, przeciętne finanse, przeciętny biznes, przeciętne produkty, przeciętna budowa ciała. . . . Kto tak naprawdę?

pragnienia „średnie”? Wyobraź sobie, że produkty i usługi, które tak często kusi nas do kupowania, wykorzystują w reklamach „przeciętne”: „Ten dość przeciętny produkt można znaleźć w średniej cenie i zapewnia przeciętne wyniki”. Kto kupiłby taki produkt? Ludzie z pewnością nie starają się znaleźć i zapłacić za zwykłe towary. „Oferujemy lekcje gotowania, które zagwarantują, że staniesz się przeciętnym kucharzem.” Mogę to teraz zrobić bez brania lekcji. „W ten weekend premiera nowego filmu — przeciętny reżyser, przeciętne aktorstwo, a krytycy zachwycą się, »dwie godziny przeciętnej akcji«”. Och, nie mogę się doczekać, aby stać w kolejce do tego filmu!

Podejmowanie normalnych działań jest najniebezpieczniejszym z poziomów, ponieważ jest najbardziej akceptowane przez społeczeństwo. Ten poziom działania jest autoryzowany przez masy i dlatego ludzie, którzy nie podejmują normalnych działań, nie zwracają na siebie uwagi potrzebnej do katapultowania ich do sukcesu. Firmy nieustannie dzwonią do mnie, aby pomóc słabszym pracownikom w ich organizacji, ale pomijają przeciętnych, a nawet najlepszych, którzy wciąż podejmują tylko przeciętne działania. Ta książka prawdopodobnie z większym prawdopodobieństwem obudzi „normalnego” uczestnika akcji niż kogoś, kto nic nie robi lub wycofuje się, ponieważ osoba „nie robiąca nic” nawet nie zadałaby sobie trudu, aby kupić tę książkę, a osoba wycofująca się prawdopodobnie nie zrobi nawet idź do księgarni. Ludzie, którzy podejmują działania na przeciętnym lub normalnym poziomie, kupią książkę – i mój nadzieję, że wyjdą spod czaru, który został na nich nałożony. Dopiero przejście z trzeciego do czwartego stopnia działania może zamienić przeciętną egzystencję w wyjątkowe życie.

Czwarty stopień: masowe działanie

Choć może to zabrzmieć zbyt daleko, masowe działanie jest najbardziej naturalnym stanem działania, jaki istnieje dla nas wszystkich. Spójrz na dzieci; są w ciągłym działaniu, z wyjątkiem sytuacji, gdy coś jest nie tak. Z pewnością dotyczyło to mnie przez pierwsze 10 lat mojego życia. To była ciągła masowa akcja, chyba że spałem. Jak większość dzieciaków, przez cały czas byłam naładowana – ludzie marszczyli brwi i sugerowali, że może powiniensem obniżyć to o oczko lub dwa. Czy ci się to przydarzyło? A czy zrobiłeś to swoim własnym dzieciom?

Dopóki dorośli nie zaczęli mówić mi inaczej, nie wiedziałem nic poza masowym działaniem. Nawet najbardziej podstawowe elementy wszechświata, w którym żyjemy, wspierają ogromne ilości akcji. Zanurz się pod powierzchnią oceanu, a zobaczysz stałą i masową aktywność. Tuż pod skorupą planety, po której chodzisz, jest ogromny ruch, który nigdy się nie zatrzymuje. Zajrzyj do kopca mrówek lub do ula, a zobaczysz kolonie

żywe istoty generujące ogromne ilości działań w celu zapewnienia im przetrwania w przyszłości. Nigdzie w żadnym z tych środowisk nie ma oznak odwrotu, braku aktywności ani niczego zbliżonego do normalnych poziomów.

Mój tata był bardzo pracowitym i bardzo silnym dyscyplinatorem, który zdecydowanie był chętny do podjęcia ogromnych działań. Niestety zmarł, gdy miałam 10 lat, co naprawdę mnie uderzyło. Patrzę teraz wstecz i zdaję sobie sprawę, że to wydarzenie spowodowało, że natychmiast zacząłem wycofywać się z obszarów życia, w których musiałem podjąć działanie. W międzyczasie wydatkowałem dużo energii w obszarach, które naprawdę nie powinny były przyciągać mojej uwagi: narkotyki, alkohol i cała lista innych bezużytecznych czynności. Trwało to przez całą szkołę średnią, a następnie college, z kilkoma kolejnymi stratami po drodze. Kontynuowałem stopniowe wycofywanie się z tych rzeczy, które były dla mnie dobre i nadal koncentrowałem się na bardziej destrukcyjnych obszarach. Niekoniecznie byłem leniwy lub pozbawiony motywacji; Po prostu nie miałem odpowiedniego kierunku i byłem źle informowany o tym, jak atakować życie.

Większość tego czasu spędzałem znudzony, bez celu i skłaniając się ku sferom życia, w których mógłbym wydać dużo energii, ale nie uzyskać konstruktywnych rezultatów. Myślę, że jest to coś, co większość ludzi znosi w pewnym momencie swojego życia; Po prostu natknąłem się na to wcześniej.

Jak wspomniałem w poprzednim rozdziale, doznałem poważnej pobudki w wieku 25 lat. Wiedziałem, że muszę zostać przekierowany, bo inaczej zapłacię najwyższą cenę. Podjąłem decyzję o tym samym zaangażowaniu w tworzenie sukcesu. Ponieważ była to już ciężka praca, która nie zakończyła się sukcesem, po prostu zmieniłem cel.

Pomimo tego, że ojca nie było 15 lat, nadal stanowił dla mnie wspaniały wzór do naśladowania. Wierzył w silną etykę pracy, był gotów zrobić wszystko, aby utrzymać rodzinę i dążył do sukcesu, jakby to był naprawdę jego obowiązek i powołanie. Jestem pewien, że cieszył się z nagród finansowych i poczucia osobistego spełnienia, które towarzyszyły jego osiągnięciom; jednakże było dla mnie również jasne, że uważa, iż jest to jego odpowiedzialność wobec swojej rodziny, kościoła, imienia, a nawet Boga. Po prostu zabrakło mu czasu!

Kiedy w końcu obudziłem się z okresu dezorientacji i dezinformacji, całą swoją energię poświęciłem karierze. Odkąd skończyłem 25 lat, jedyną rzeczą, którą robiłem dobrze – niezależnie od tego, czy była to moja pierwsza praca w sprzedaży, czy w pierwszej firmie, którą zbudowałem – było podejście do każdego zadania, które było przede mną, z ogromną ilością działań. To nigdy nie był odwrót, żadna akcja, ani nawet średnie kwoty; był to ciągły, uporczywy i ogromny atak na cel.

Masowe działanie to w rzeczywistości poziom działania, który stwarza nowe problemy – i dopóki nie stworzysz problemów, tak naprawdę nie działasz na czwartym etapie działania.

Kiedy w wieku 29 lat rozpoczynałem działalność związaną z seminariami, zastosowałem zasadę 10X, aby stworzyć własną nazwę. Zaczynałem dzień o 7 rano i wracałem do hotelu dopiero o 21:00. Spędziłem dzień dzwoniąc na zimno do firm i proponując prezentacje dla ich zespołów sprzedażowych i zarządzających. W ciągu jednego dnia odwiedziłbym aż 40 organizacji. Pamiętam, że byłem w El Paso w Teksasie – mieście, w którym nigdy nie byłem, nikogo nie znałem i nikt mnie nie znał. W ciągu dwóch tygodni widziałem każdą firmę na tym rynku. Chociaż nie udało mi się pozyskać każdego z nich klienta, z pewnością zapewniłem sobie więcej interesów, podejmując masowe działania, niż zrobiłbym to w innym przypadku.

Kiedyś podróżowała ze mną agentka nieruchomości, aby osobiście obserwować, jak rozwijam swoją firmę. Po trzech dniach obserwowania mnie, przyznała: „Nie ma mowy, żebym mógł to zrobić przez kolejny dzień. Jeźdę tylko z tobą i jestem wykończony. Podchodziłem do każdego dnia, jakby moje życie zależało od działań, które podejmowałem. Odmówiłem opuszczenia miasta, nie wiedząc, że zrobiłem wszystko, co możliwe, aby spotkać tam każdego właściciela firmy. Firmy „odwiedzające” na zimno nauczyły mnie więcej o podejmowaniu masowych działań niż jakakolwiek inna działalność, jaką kiedykolwiek wykonywałem i okazały się bardziej wartościowe dla mnie w innych moich przedsięwzięciach.

Kiedy podejmujesz masowe działania, nie myślisz w kategoriach liczby godzin pracy. Kiedy zaczniesz działać na czwartym stopniu działania, zmieni się twój sposób myślenia i wyniki. Skończysz z możliwościami, z którymi będziesz musiał skorzystać wcześniej, później i w inny sposób niż w „normalny” dzień, więc rutynowy dzień stanie się przeszłością. Kontynuowałem to zaangażowanie w masowe działania, aż pewnego dnia nie było to już dla mnie niezwykłe zajęcie, ale nawyk. Ciekawe było zobaczyć, ile osób pytało mnie: „Dlaczego wciąż nie wychodzisz tak późno w nocy?” „Co robisz, dzwoniąc do nas w sobotę?” „Nigdy nie rezygnujesz, prawda?” „Chciałbym, żeby moi ludzie tak pracowali”. A nawet... „Co masz na sobie?” Byłem na czymś; Traktowałem sukces jako swój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność, a masowe działanie było moim asem w rękawie. Sygnały, że podejmujesz masowe działania, sprawiają, że ludzie komentują i podziwiają Twój poziom aktywności.

Jednak nie możesz myśleć w kategoriach komplementów, ile godzin pracujesz, a nawet ile pieniędzy zarabiasz, gdy działasz na tym poziomie. Zamiast tego musisz podchodzić do każdego dnia tak, jakby Twoje życie i przyszłość zależały od Twojej zdolności do podejmowania ogromnych działań. Kiedy zaczynałem swoją pierwszą działalność, musiałem sprawić, by działała; po prostu nie było na to dwóch sposobów! Gdybym chciał, żeby ludzie dowiedzieli się o mnie io tym, co reprezentuję, musiałbym dużo zrobić – kropka. Problemem nie była konkurencja; to była niejasność.

Nikt nawet nie wiedział, kim jestem. To był największy pojedynczy problem, jaki mam

napotkałem w każdej zbudowanej przeze mnie firmie i wyobrażam sobie, że jest to jeden z najbardziej znanych przedsiębiorców. Ludzie nie znają Ciebie ani Twojego nowego produktu — a jedynym sposobem na przebiecie się przez niejasność jest podjęcie ogromnych działań. Nie miałam pieniędzy na reklamę, więc całą energię poświęciłam na rozmowy telefoniczne, pocztę tradycyjną, pocztę elektroniczną, telefony zimne, telefony zwrotne, wizyty i inne rozmowy. Ten poziom masowych działań może czasem wydawać się — i rzeczywiście — wyczerpujący. Jednak zapewni to więcej pewności i bezpieczeństwa niż prawdopodobnie jakakolwiek inna edukacja lub szkolenie, jakie kiedykolwiek otrzymasz.

Zostałem nazwany wieloma rzecząmi z powodu mojego zaangażowania w działanie — pracoholik, obsesyjny, chciwy, niezaspokojony, zmotywowany, a nawet maniakalny. Jednak za każdym razem, gdy zostałem oznaczony, zawsze robił to ktoś działający na mniej niż czwartym stopniu działania. Nigdy nie miałem kogoś, kto odniósłby większy sukces, niż uważam, że moje nadmierne działanie jest czymś złym — ponieważ ludzie sukcesu wiedzą z pierwszej ręki, jak osiągnąć taki sukces. Sami wiedzą, jak dotrzeć do celu, i nigdy nie określiliby masowego działania jako niepożądanej.

Podejmowanie ogromnych działań oznacza dokonywanie nieco nierozsądnich wyborów, a następnie podejmowanie kolejnych działań. Ten poziom działania będzie uważany przez niektórych za szalony na pograniczu, znacznie wykraczający poza uzgodnioną normę społeczną — i zawsze będzie stwarzał nowe problemy. Ale pamiętaj: jeśli nie stwarzasz nowych problemów, oznacza to, że nie podejmujesz wystarczających działań.

Możesz również spodziewać się krytyki i etykietki przez innych, gdy zaczniesz podejmować masowe działania. W momencie, gdy zaczniesz uderzać mocno, natychmiast zostaniesz oceniony przez przeciętnego. Osoby, które działają na pozostałych trzech poziomach działania, będą zagrożone przez Twój poziom aktywności i często będą sprawiać wrażenie „niewłaściwych”, aby samemu się naprawić. Ci ludzie nie mogą znieść, gdy inni odnoszą sukcesy na tych poziomach i zrobią wszystko, aby ich powstrzymać. Podczas gdy rozsądna osoba podniosłaby się na twój poziom, przeciętna osoba powie ci, że marnujesz czas, to nie zadziała w twojej branży, to jest zniechęcenie do twojej klienteli, nikt nie będzie chciał z tobą pracować, i tak dalej. Nawet kierownictwo od czasu do czasu zniechęca pracowników do podejmowania tego rodzaju znacznego wysiłku. Będziesz wiedział, że wkraczasz w sferę masowych działań, gdy (1) stwarzasz sobie nowe problemy i (2) zaczynasz otrzymywać krytykę i ostrzeżenia od innych. Ale bądź silny. Ta aktywność wyrwie cię z hipnotycznego stanu przeciętności, który nauczono cię akceptować.

Aby dostarczyć na tym poziomie ogromnej akcji, musisz wykorzystać każdą nadarzającą się okazję. Na przykład moja żona jest aktorką. Cały czas mówię jej, żeby mówiła tak na każde przesłuchanie, niezależnie od tego, czy jest przygotowana, czy...

czy uważa, że ta część jest dla niej odpowiednia. Lepiej ssać i być widzianym, niż wcale nie być widzianym! „A co, jeśli zbombarduję?” pyta mnie moja żona. Mówię jej: „Hollywood jest pełne okropnych aktorów, którzy wciąż jakoś pracują”. Może nie wybiorą cię do części, na którą się wybrałeś, ale zobaczą, że jesteś idealny do innej części. Celem jest bycie widzianym, pomyślanym i rozważanym – w taki czy inny sposób. Twoim jedynym problemem jest niejasność, a nie talent. Aby przedsięwzięcie, które wybrałeś, zadziałało dla ciebie, musisz podejmować ciągły, nieustęppliwy wysiłek. Masywne działanie nigdy nie może cię skrzywdzić i zawsze Ci pomoże. To także miejsce, w którym ilość jest ważniejsza niż jakość. Pieniądze i władza podążają za uwagą, więc ten, kto może przyciągnąć najwięcej uwagi, jest osobą, która podejmuje najwięcej działań i przedzej czy później osiągnie najlepsze rezultaty.

Nikt nie przyjdzie do Twojego domu i nie spełni Twoich marzeń. Nikt nie wkroczy do Twojej firmy i sprawi, że Twoje produkty będą znane światu. Aby wyróżnić się z tłumu — a klienci mogli nawet rozważyć Twoje produkty, usługi i organizację — musisz podjąć ogromne działania. O znaczeniu dominacji mówiłem w mojej ostatniej książce, Jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni. Nie nawiązywałem do fizycznej dominacji, ale raczej do mentalnego zajmowania przestrzeni publicznej — tak, że kiedy ludzie myślą o twoim produkcie, usłudze lub branży, myślą o Tobie. Uczynienie z masowych działań dyscypliny przełamie Cię przez niejasność, zwiększy Twoją wartość na rynku i pomoże Ci osiągnąć sukces w dowolnej wybranej przez Ciebie dziedzinie.

Exercise

When was a time in your life when you were taking massive action and winning?

What will you immediately create when you take massive action?

What can you expect those who don't take massive action to say to those who do?

What other things may happen as you start to take massive action?

Rozdział 8

Średnia to zawodna formuła

Rozejrzyj się, a są szanse, że zobaczysz świat pełen przeciętności. Chociaż jest to – jak już wcześniej wspomniałem – „akceptowalny” poziom aktywności, na którym zbudowana jest klasa średnia, istnieje coraz więcej dowodów na to, że takie myślenie jest niewykonalne. Oferty pracy są wysyłane za granicę, a bezrobocie staje się jeszcze bardziej powszechnne. Członkowie klasy średniej nie są w stanie wznieść się ponad wodę, ludzie żyją dłużej niż ich oszczędności, a całe firmy i branże są niszczone w wyniku przeciętnych produktów, przeciętnego kierownictwa, przeciętnych pracowników, przeciętnych działań i przeciętnego myślenia .

To „uzależnienie od przeciętności” może zabić możliwość urzeczywistnienia swoich marzeń. Rozważ następujące statystyki: Przeciętny pracownik czyta średnio mniej niż jedną książkę rocznie i pracuje średnio 37,5 godziny tygodniowo. Ta sama osoba zarabia 319 razy mniej pieniędzy niż czołowi prezesi w USA, którzy twierdzą, że czytają ponad 60 książek rocznie. Wielu z tych odnoszących sukcesy finansowe dyrektorów jest oczernianych za ogromne sumy pieniędzy, które otrzymują; jednak często nie doceniamy tego, co ci ludzie zrobili, aby dostać się tam, gdzie są dzisiaj. Chociaż może nie zawsze wygląda na to, że pracują bardzo ciężko, często odrzucamy fakt, że jakoś udało im się uczęszczać do odpowiednich szkół, nawiązać odpowiednie kontakty, a potem zrobili to, co było konieczne, aby awansować w łańcuchu pokarmowym. To wszystko wymagało z ich strony istotnych działań. Możesz ich urazić, jeśli chcesz, ale to nie zmienia faktu, że są nagradzani za sukces, który osiągnęli.

Po tym, jak gospodarka tak bardzo ucierpiała w 2008 roku, założyciel Starbucks, Howard Schultz, zaczął robić to, co robił prawie każdy inny dyrektor generalny w Ameryce — ciąć koszty i pozbywać się nierentownych lokalizacji. Następnie zrobił coś, czego większość prezesów nie zrobiła: podróżował po całym kraju, aby spotkać się z bywalcami Starbucks. Długo po tym, jak przeciętny pracownik wrócił do domu, miliarder Schultz odwiedzał swoje sklepy i spotykał się z kawoszami, aby dowiedzieć się, jak Starbucks może lepiej zadowolić klientów. Chociaż media nie informowały o tym zbyt wiele, był to dość zdumiewający schemat wydarzeń. Oto facet przemierzający kraj o godzinie 21:00, aby uzyskać opinie od ludzi kupujących jego produkty. Jest to doskonały przykład przyjęcia „większego niż przeciętny” procesu myślenia i działania. To wyraźnie wykracza poza to, czego oczekuje rynek – i każdy klient. To znacznie przekroczyło wszelkie działania uważane za powszechnne dla prezesa, a bardzo solidny i silny wzrost Starbucks znalazł odzwierciedlenie na wykresach giełdowych.

Ta firma produkuje produkt, którego ludzie absolutnie nie potrzebują — zwłaszcza w trudnych ekonomicznie czasach. Jednak Starbucks nadal sprzedaje i rozwija zarówno swoją markę, jak i powraca do inwestorów. To pokazuje, że chociaż jakość

produkt jest wyraźnie ważny, osoby pracujące dla organizacji są naprawdę siłą, która zrobi największą różnicę. Schultz dokładnie wiedział, jak podejść do sytuacji. Pomimo recesji, pomimo tymczasowego skurcza, nadal udało mu się „rozszerzyć” swoją organizację – niekoniecznie o więcej lokalizacji, ale wykorzystując swoją osobistą energię, zasoby i kreatywność do podejmowania ogromnych działań, dotykania każdego ze swoich sklepów i wielu klientów, oraz zwiększyć obecność swojej marki i jej przychodów.

Każde przedsięwzięcie, które obejmuje akceptację średniej, przedzej czy później zakończy się niepowodzeniem. Wszystko prowadzone w standardowych ilościach po prostu nie załatwi sprawy. Normalne poziomy działania, na których działa większość ludzi, nie uwzględniają skutków różnych sił — takich jak grawitacja, wiek, opór, czas i nieoczekiwane. Kiedy przeciętne działania napotkają jakikolwiek opór, konkurencję, stratę lub brak zainteresowania, negatywne lub trudne warunki rynkowe lub wszystkie te czynniki, Twój projekt się zawali.

Na koniec chcę, abyście wzięli pod uwagę wspólnie wysiłki jednostek i grup, które faktycznie utrudniają wasze wysiłki. Chociaż nie jestem osobą paranoiczną ani żyjącą w strachu, nauczyłam się bardzo kosztownej lekcji, że ci ludzie naprawdę istnieją, kiedy zwróciła się do mnie grupa, która twierdziła, że chce, abym był ich partnerem. Jednak nigdy nie zamierzali wprowadzić mnie jako partnera, ale od samego początku zamierzali ukraść mi sukces, który osiągnąłem w moim życiu. Nigdy tego nie planowałem w żadnym z moich równań i dosłownie pozbawiło mnie to lat wysiłków. Więc weź to ode mnie – nie możesz wszystkiego zaplanować, a ludzie będą próbowali odebrać ci to, czego sami nie są w stanie stworzyć.

Kiedy patrzę wstecz i próbuję przeanalizować, co stało się z tymi przestępczami, zdaję sobie sprawę, że byłem podatny na ich pokusę, ponieważ nie działałem już na poziomach 10X. To naprawdę otworzyło mi oczy na to, że w momencie, gdy zacząłem spocząć na laurach – i pomyślałem, że mogę „trocę wybiegać” – zrobiłem sobie cel. Niemal niemożliwe jest zaplanowanie każdej sytuacji. W swoim życiu doświadczysz niezwykłych warunków, z których niektóre mogą być wrogie i nieprzyjemne. Najlepszym sposobem planowania jest warunkowanie swojego myślenia i działań do poziomu 10X. Odnies tak duży sukces, że żadna osoba, wydarzenie lub seria błędnych kroków nie może Cię pokonać! Przeciętny poziom czegokolwiek Cię zawiedzie – a przynajmniej narazi Cię na ryzyko! Z drugiej strony, jeśli odniesiesz większy sukces, niż chcesz lub potrzebujesz, zawsze będziesz przygotowany – nawet jeśli ci, którzy nie potrafią stworzyć sukcesu dla siebie, spróbują go ci ukraść.

Chociaż doświadczyłem lat sukcesów na poziomach, które inni uważały za całkiem imponujące, w głębi serca wiedziałem, że przestałem podejmować masowe działania. I rzeczywiście, ci faceci postanowili odebrać mi trochę mojego sukcesu...

i uszło mu to płażem. To była dość kosztowna i upokarzająca porażka – ale naprawdę obudził mnie fakt, że nigdy nie można bezpiecznie przejść do normalnego poziomu zaangażowania i aktywności. Gdy to zrobisz, zapewniam Cię, że to, co masz i o czym marzyłeś, zacznie znikać. Dotyczy to twojego zdrowia, małżeństwa, bogactwa i stanu duchowego. Normalny sprawia, że jesteś właśnie taki – normalny.

Zobacz, co przyniosą ci przeciętne myśli i działania — przeciętne problemy, które szybko mogą stać się przytaczającymi problemami. A jeśli żyjesz o 20 lat dłużej niż Twoje oszczędności? Wielu z nas będzie musiało opiekować się innymi członkami rodziny, ponieważ nie mieli oni nastawienia 10X lub nie działały na poziomach 10X. A co z możliwością wystąpienia długotrwałych problemów zdrowotnych lub jakiegoś stanu zagrożenia gospodarczego, którego nie przewidziano? Co dzieje się z całymi klasami ludzi, którzy robili przeciętne plany finansowe w obliczu przedłużających się okresów bardzo trudnych ekonomicznie czasów lub dziesięcioleci przedłużającego się bezrobocia? Średnia to nieudany plan!

Średnia nie działa w żadnej dziedzinie życia. Wszystko, czemu poświęcasz tylko przeciętną uwagę, zacznie ustępować i w końcu przestanie istnieć. Firmy, branże, artyści, produkty i osoby, które z powodzeniem kontynuują przyszłość, to te, które podchodzą do każdej działalności z przekonaniem, że średnia nie jest wystarczająco dobra. Musisz zmienić swoje zaangażowanie i myślenie, aby znacznie wykraczało poza wszelkie koncepcje przeciętności. Obiecuję, że gdy to zrobisz, natychmiast zaczniesz wpływać na inne obszary swojego życia. Twoi znajomi i rodzina zaczną się zmieniać, wyniki ulegną poprawie, będziesz miał więcej szczęścia, czas może lecieć, a działania, które podejmiesz, zaczną poprawiać twoje relacje z ludźmi.

Średnia jest również powodem, dla którego większość nowych firm upada. Kilka osób spotyka się, ma świetny pomysł, pisze biznesplan, zakłada firmę i opiera swoje przewidywania na wszystkim, co dzieje się na ich korzyść. Mogą nawet tworzyć to, co uważają za przewidywania konserwatywne. „Powiedzmy, że pokazujemy produkt 10 osobom. Sprzedamy co najmniej trzy z nich. To konserwatywne i realistyczne”. Ktoś z grupy mówi: „Obetnijmy to o połowę, aby być szczególnie bezpiecznym. Czy nadal możemy to zrobić?” Postanawiają, że nawet przy bardziej konserwatywnym planie odniosą sukces. Ale nie oszacowali poprawnie, do ilu ludzi musieliby zadzwonić, żeby zrobić 10 pierwszych prezentacji. Nawet najbardziej niesamowity produkt na świecie może wymagać 100 połączeń tylko po to, aby uzyskać 10 spotkań. Tylko dlatego, że masz całkowicie zaplanowany kolejny etap projektu, nie oznacza to, że reszta świata jest z tobą. Zobowiązali się do przestrzegania swoich harmonogramów, produktów i projektów. Już sama możliwość zobaczenia właściwych ludzi będzie wymagała ogromnego wysiłku i wytrwałości. Większość ludzi to

budowanie biznesplanów w oparciu o przeciętne przemyślenia i sposoby myślenia, a nie ogromne ilości działań, które są konieczne do przeforsowania.

Kiedy pojawiają się nowe pomysły, mają na nie wpływ podekscytowanie i entuzjazm tych, którzy je generują. Wiele negatywnych czynników — takich jak konkurencja, gospodarka, warunki rynkowe, produkcja, udzielanie pożyczek, zbieranie pieniędzy, zaabsorbowanie klientów innymi projektami i tym podobne — jest ustawionych na poziomie, który wszyscy uważają za normalny lub przeciętny poziom trudności. Wtedy, gdy optymistyczne prognozy okażą się nierealne, nawet najbardziej konserwatywne cele są chybione. Kluczowy partner może zachorować, może nastąpić jakaś znacząca zmiana warunków ekonomicznych lub może nastąpić jakieś globalne wydarzenie, które przeniesie uwagę wszystkich na następne sześć miesięcy. Ludzie zaangażowani w nowe przedsięwzięcie zaczynają tracić entuzjazm, pojawiają się kłopotnie, a gdy sprawy stają się bardziej trudne niż pierwotnie zakładano, porażka pojawia się jako prawdopodobna możliwość. Partnerzy przechodzą przez więcej pieniędzy, niż ktokolwiek przewidywał — i bez dochodów. Jeden z marzycieli zaczyna mieć wątpliwości i zastanawia się, czy może powinien zrezygnować, ponieważ gracze nie wydają się mentalnie, emocjonalnie lub fizycznie przygotowani do podjęcia ogromnych działań niezbędnych do przebicia się przez opór rynku.

Kontynuując ten scenariusz, aby rozwiązać problemy związane z brakiem dochodów, członkowie grupy próbują pożyczyć lub zebrać pieniądze od swoich przyjaciół — gdzie napotykają jeszcze większy opór. Zdają sobie sprawę, że większości ludzi będzie coraz trudniej stawić czoła „nierozsądnym” ilościom nieustępliwych działań 10X, które są niezbędne do przejrzenia rzeczy i których brakowało w biznesplanie. Partnerzy zaczynają wierzyć, że ich firma bardziej polega na zbieraniu pieniędzy niż na zwiększaniu działań, ponieważ nie oszacowali poprawnie 10-krotnego poziomu myśli i działań niezbędnych do kontynuowania działalności.

Średnia zakłada – oczywiście błędnie – że wszystko działa stabilnie. Ludzie optymistycznie przeceniają, jak dobrze wszystko pójdzie, a potem nie doceniają, ile energii i wysiłku trzeba będzie poświęcić, by wszystko przebić. Każdy, kto zrobił to w biznesie, poprze tę koncepcję. Po prostu nie możesz trenować ani przygotowywać się na normalny poziom grawitacji lub oporu, konkurencji i warunków rynkowych. Nie myśl przeciętnie; myśleć masowo.

Porównaj swoje działania z koniecznością noszenia 1000-funtowego plecaka, który będziesz nosić codziennie na wietrze z prędkością 40 mil na godzinę na 20-stopniowym wzniесieniu. Przygotuj się na masową, wytrwałą akcję, a wygrasz!

Większość firm upada, ponieważ nie jest w stanie sprzedawać swoich pomysłów, produktów i usług po cenach wystarczająco wysokich, aby utrzymać firmę i finansować jej działalność. Firma nie jest w stanie zebrać przychodów w wystarczająco dużych ilościach, ponieważ ludzie, z którymi firma została zbudowana — pracownicy, klienci i

dostawcy — również podejmują tylko przeciętne działania.

Średnia nigdy nie daje niczego więcej niż średnia, a zwykle znacznie mniej. Przeciętne myślenie i działania zagwarantują ci tylko nieszczęście, niepewność i porażkę. Pozbądź się wszystkiego, co przeciętne, w tym porad, które otrzymujesz i przyjaciół, których utrzymujesz. Brzmi zbyt ciężko? Pamiętaj, że sukces to Twój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność. A ponieważ nie brakuje sukcesów, wszelkie widoczne ograniczenia, których doświadczasz, mogą być po prostu wynikiem przeciętnego myślenia i działania. Pozbądź się wszelkich koncepcji przeciętności. Przestudiuj, co robią przeciętni ludzie i zabronь sobie i swojemu zespołowi rozważania przeciętności jako opcji. Otaczaj się wyjątkowymi myślicielami i wykonawcami. Niech twoi przyjaciele, rodzina i współpracownicy wiedzą, że traktujesz przeciętność jak śmiertelną chorobę. Pamiętaj, że przeciętne nic nigdy nie doprowadzi cię do niezwykłego życia. Wyszukaj słowo przeciętne i przekonaj się, co ono dla Ciebie oznacza — typowe, zwyczajne, pospolite. To powinno wystarczyć, aby porzucić koncepcję ze wszystkich rozważań.

Exercise

Write down the names of people who you know operate at only average levels.

Write down three times in your life when average actions caused you to come up short.

Write down the names of people who you know are exceptional and describe how they are different from average.

Look up the definition of average (as an adjective) and write it here.

Rozdział 9

10x bramek

Uważam, że jednym z głównych powodów, dla których ludzie nie trzymają się swoich celów i nie osiągają ich, jest to, że nie stawiają ich wystarczająco wysoko od samego początku. Przeczytałem wiele książek na temat wyznaczania celów, a nawet byłem na seminariach na ten temat i ciągle widzę, jak ludzie wyznaczają cele, a potem albo nigdy ich nie zaczynają, albo nie kończą. Często i regularnie większość z nas była ostrzegana przed wyznaczaniem celów „zbyt wysokich”. Rzeczywistość jest taka, że jeśli zaczniesz od małych rzeczy, prawdopodobnie pojdziesz na małą skalę. Niewystarczające myślenie przez ludzi zwykle oznacza, że nigdy nie będą działać wystarczająco szeroko, wystarczająco często lub wystarczająco uporczywie!

W końcu kto ekscytuje się tak zwany realistycznymi celami? A kto może być podekscytowany czymkolwiek z — w najlepszym wypadku — przeciętną wypłatą? To dlatego ludzie zaczynają skakać na projekty, kiedy napotykają jakikolwiek opór; ich cele nie są wystarczająco duże. Aby utrzymać entuzjazm, musisz sprawić, by Twoje cele były na tyle istotne, aby przykuwały Twoją uwagę. Przeciętne i realistyczne cele prawie zawsze są rozczarowaniem dla osoby je wyznaczającej — która nie jest wtedy w stanie napędzać swoich celów niezbędnymi działaniami.

Rzeczywiście, większość ludzi tak apatycznie podchodzi do swoich celów, że zapisują je tylko raz w roku. Jeśli o mnie chodzi, nic wartego robienia nie robi się tylko raz lub dwa razy w roku. Rzeczy, od których najbardziej zależy twoje życie, opierają się na działaniach, które podejmujesz codziennie. Dlatego upewniam się, że zawsze robię dwie rzeczy: (1) codziennie spisuję swoje cele i (2) wybieram cele, które są poza moim zasięgiem. To otwiera mnie na pełny potencjał, który każdego dnia wykorzystuję, by napędzać moje działanie. Niektórzy sugerują, że wyznaczanie nieprawdopodobnych celów może spowodować rozczarowanie i utratę zainteresowania. Ale jeśli Twoje cele są tak małe, że nawet nie musisz ich codziennie rozważać, to stracisz zainteresowanie!

Dobrym pomysłem jest sformułowanie swoich celów tak, jakbyś już je osiągnął. Obok łóżka trzymam notatnik, żebym każdego ranka i tuż przed pójściem spać zapisywał swoje cele. Mam też w swoim gabinecie jeden, na którym zapisuję nowe i ulepszone cele. Poniżej znajdują się przykłady niektórych celów, nad którymi obecnie pracuję i jak je zapisuję. Zauważ, że wypowiadam je tak, jakbym już każdą z nich osiągnął (kiedy jeszcze tego nie zrobiłem).

Posiadam ponad 5000 mieszkań, które przynoszą ponad 12% dodatkowych przepływów pieniężnych.

Jestem w doskonałym zdrowiu i kondycji fizycznej.

Moja wartość netto wynosi ponad 100 milionów dolarów.

Mój dochód wynosi ponad milion dolarów miesięcznie.

Napisałem i opublikowałem 12 lub więcej najlepiej sprzedających się książek.
Moje małżeństwo jest żywe i zdrowe i stanowi pozytywny wzór dla innych.
Z każdym dniem coraz bardziej kocham swoją żonę.
Mam dwoje pięknych i zdrowych dzieci.
Nie mam żadnego dłużu oprócz tego, który spłacają inni.
Posiadam piękny dom nad oceanem, który nie ma długów.
Posiadam ranczo w Kolorado, które ma niesamowite widoki na góry i konie i jest moją idealną sceną.
Posiadam firmy, które mogę kontrolować na odległość i współpracujących ze mną wspaniałych ludzi.
Moje dzieci przyjaźnią się z najpotężniejszymi ludźmi na świecie.
Dokonuję pozytywnej zmiany w mojej społeczności i polityce.
Nadal tworzę unikalne programy, których ludzie chcą i które poprawiają jakość życia innych.

Mam nieskończoną energię i zainteresowanie moją karierą.
Mam przebojowy program telewizyjny, który jest emitowany od pięciu sezonów.
Jestem jednym z największych darczyńców mojego kościoła.

Pamiętaj, że są to niektóre z moich celów i służą tylko jako przykład tego, jak je określams. Zauważ też, że są to rzeczy, które jeszcze nie zostały osiągnięte, a nie rzeczy, które już zostały osiągnięte.

Średnie wyznaczanie celów nie może i nie będzie napędzać ogromnych działań 10X. Jeśli podejdziesz do przedsięwzięcia z przeciwnym myśleniem, zaczniesz rezygnować w momencie, gdy napotkasz jakiekolwiek wyzwania, opór lub warunki mniej niż optymalne – chyba że masz jakiś duży, soczysty cel jako silnik. Aby przebić się przez opór, musisz mieć duży powód, żeby się tam dostać. Im większe i bardziej nierealistyczne są Twoje cele – i im bardziej są one dostosowane do Twojego celu i obowiązku – tym bardziej będą one energetyzować i napędzać Twoje działania.

Załóżmy na przykład, że chcę zaoszczędzić 100 milionów dolarów na koncie bankowym. Czy ktoś potrzebuje 100 milionów dolarów? Nie! To jest cel — a im jest on większy i bardziej soczysty, tym większe prawdopodobieństwo, że będziesz zmotywowany do podążania w tym kierunku i poprzez opór. Jeśli chcesz dodać jeszcze więcej energii do swoich celów, upewnij się, że są one powiązane z czymś jeszcze większym. Na przykład ktoś, kto chce zarabiać pieniądze, ale nie ma konstruktywnego celu, co z tym zrobić, może tylko wyprodukować pieniądze, a potem je po prostu zmarnować. Kiedy wyznaczasz cel, upewnij się, że jasno określisz, do czego chcesz, a następnie powiąż go z ważniejszym celem.

Myśl masowo i szeroko, wyznaczając swoje cele. Wiele osób zarabia pieniądze a

wyceluj i wyznacz sobie cel, aby go uratować, ale potem po prostu zniszcz stworzone bogactwo. Spójrz, jak wielu ludzi po prostu chciało się wzbogacić, zrobiło to, a potem umarło spłukane. Zatem posiadanie celów zgodnych z innymi celami zacznie ci faktycznie pomagać. Powiedzmy, że jednym z moich celów jest zaoszczędzenie 100 milionów dolarów, a innym celem jest wykorzystanie tych pieniędzy na pomoc mojemu kościołowi i finansowanie programów poprawy warunków dla ludzkości. To jest przykład połączenia celów, które wygenerują paliwo i moc do napędzania moich działań i wszystkich moich celów.

Jedną z pierwszych prac, jakie miałem, była praca w McDonald's. Nienawidziłem tego – i to nie dlatego, że był to McDonald's. Nienawidziłem tego, ponieważ nie było zgodne z moimi celami i celami. Facet, który pracował obok mnie, kochał swoją pracę, ponieważ była zgodna z jego celami i celami. Byłem facetem, który zarabiał 7 dolarów na godzinę, ponieważ chciałem trochę pieniędzy na wydatki, a on był facetem, który zarabiał 7 dolarów na godzinę, ale chciał nauczyć się biznesu i otworzyć 100 franczyz. Nie rozumiał, dlaczego nie byłam podekscytowana, a ja nie rozumiałam, dlaczego on był. Zostałem zwolniony, a on przeszedł na własną franczyzę. Twoje cele są po to, aby napędzać działania, które będziesz musiał podjąć – więc uczyń je dużymi i rób je często, a następnie połącz je z innymi większymi celami.

Zadaj sobie pytanie, czy cele, które wyznaczyłeś są równe Twojemu potencjałowi. Większość ludzi przyzna, że ich cele są znacznie poniżej ich potencjału — ponieważ większość świata została przekonana, przekonana, a nawet wykształcona, aby wyznaczać małe, osiągalne i realistyczne cele. Jeśli jesteś rodzicem, na pewno słyszałeś, jak sugerujesz to swoim dzieciom – a może słyszałeś to od własnych rodziców lub w swoim środowisku pracy. Nigdy nie wyznaczaj realistycznych celów; możesz prowadzić realistyczne życie bez wyznaczania sobie celów.

Naprawdę gardzę słowem „realistyczny”, ponieważ opiera się na tym, co inni – którzy prawdopodobnie działały tylko na pierwszych trzech stopniach działania – osiągnęli i wierzą, że jest to możliwe. Realistyczne myślenie opiera się na tym, co inni myślą, że jest możliwe, ale nie są tobą i nie mają możliwości poznania twojego potencjału i celów. Jeśli zamierzasz wyznaczać cele na podstawie tego, co myślą inni, upewnij się, że robisz to w oparciu o to, co myślą giganci na tej planecie. Będą pierwszymi, którzy powiedzą ci: „Nie opieraj swoich celów na tym, co zrobiłem, ponieważ możesz zrobić jeszcze więcej”. Ale co, jeśli wyznaczysz cele na podstawie tych najlepszych graczy na świecie? Na przykład celem Steve'a Jobsa jest „odskoczenie” wszechświata – stworzenie produktów, które na zawsze zmienią naszą planetę. Zobacz, co zrobił z Apple i Pixarem. Jeśli zamierzasz wyznaczać cele porównywalne z celami innych, wybierz przynajmniej gigantów, którzy już odnieśli ogromny sukces.

Wiele osób znajduje się na ścieżce, na której są, po prostu dlatego, że robią to, co zrobili inni – przeciętni – ludzie. Większość ludzi nie chodzi na studia

bo chcą, ale dlatego, że kazano im iść. Większość ludzi należy do religii, do której należą, tylko dlatego, że zostali w ten sposób wychowani. Większość ludzi mówi tylko językiem, którym posługuje się ich rodzina i nigdy nie poświęca czasu na naukę innego języka. Na większość z nas mają wpływ decyzje podjęte przez naszych rodziców, nauczycieli i przyjaciół, a następnie ograniczenia narzucone przez nich i dla nas. Założę się, że gdybym zapytała twoich pięciu najbliższych współpracowników o ich cele, prawdopodobnie byłabym w stanie zidentyfikować również niektórych z twoich. Ty i twoje cele jesteście manipulowani przez otoczenie.

Nigdy nie powiem innej osobie, jakie powinny być jej cele. Radziłbym jednak, aby przy ustalaniu celów wziąć pod uwagę, że zostałeś wykształcony z ograniczeniami. Bądź tego świadomy, aby nie lekceważyć możliwości. Następnie weź pod uwagę następujące kwestie: (1) Ustawiasz je dla siebie – nie dla nikogo innego. (2) Wszystko jest możliwe. (3) Masz znacznie większy potencjał, niż zdajesz sobie sprawę. (4) Sukces jest twoim obowiązkiem, obowiązkiem i odpowiedzialnością. (5) Nie brakuje sukcesu. (6) Bez względu na wielkość celu będzie to wymagało pracy. Po zapoznaniu się z tymi koncepcjami usiądź i wypisz swoje cele. A potem bądź gotów przepisywać je każdego dnia, aż zostaną osiągnięte.

Jeśli nie doceniasz swojego potencjału, to niemożliwe jest wyznaczenie celów o odpowiedniej wielkości. Ustaw zbyt małe cele, a nie będziesz przygotowywać się do niezbędnych działań na wielką skalę. Wiem, że koncepcja zasady 10X NIE jest dla wszystkich. Oczywiście nie jest dla nikogo, kto jest skłonny zaakceptować przeciętność lub przeciętność, ani dla tych, którzy wolą odpocząć i zadowolić się reszkami. Nie jest dla tych, którzy chcą liczyć na nadzieję i modlitwę o swój sukces. Reguła 10X jest przeznaczona dla nielicznych osób, które mają obsesję na punkcie tworzenia wyjątkowego życia – i które chcą być odpowiedzialne za ten proces. Reguła 10X usuwa koncepcje szczęścia i przypadku z twojego biznesowego równania i pokazuje dokładnie, jaki sposób myślenia musisz przyjąć, aby osiągnąć ogromny sukces.

Rozważ następujący scenariusz: Założmy, że ustalasz swoje cele finansowe. W 2009 roku prezydent Stanów Zjednoczonych powiedział, że ludzie, którzy zarabiają 250 000 dolarów, powinni być uważani za bogatych. Podążając za obecnym trendem, Twój rachunek podatkowy wyniesie co najmniej 100 000 USD, pozostawiając Ci pozostałe 150 000 USD. Po opłaceniu dwóch samochodów, spłacie kredytu hipotecznego, zapłaceniu podatków od nieruchomości oraz wykarmieniu, ubraniu i szkoleniu dzieci, może pozostać 20 000 dolarów. Jeśli zaoszczędzisz te pieniądze przez następne 20 lat, otrzymasz około 400 000 dolarów — zakładając, że nic nie pójdzie nie tak. Teraz weź pod uwagę fakt, że twoi rodzice — być może zarówno rodzice, jak i teściowie — nie zaplanowali właściwie swojej emerytury. Przeżyją swoje oszczędności o około 15 lat i będą

polegać na tobie, że się nimi zajmiesz. Jeśli coś takiego się zdarzy, dość szybko i zbyt późno dowiesz się, że nie doceniłeś swoich celów finansowych i poświęcisz więcej wysiłku na samo zarządzanie tym, co stworzyłeś, niż na to, aby to zgromadzić. I pamiętaj, oprócz dbania o rodziców, musisz sfinansować własne lata emerytalne. Ponadto ten scenariusz zakłada brak wzrostu kosztów życia, brak złych wiadomości, brak sytuacji kryzysowych i żadnych poważnych wydarzeń. Dodaj tylko trochę tego, co wydarzyło się w ciągu ostatnich kilku lat, a zobaczysz, że 90 procent populacji nie doceniło celów i zadań niezbędnych do sfinansowania swojego stylu życia, a tym bardziej celów życiowych.

„Małe” myślenie było i zawsze będzie karane w ten czy inny sposób.

Żyjemy na planecie, na której podstawowym przekonaniem jest niedocenianie wszystkiego. Najlepsze szkoły biznesu w kraju wymieniają niedokapitalizowanie jako jedną z głównych przyczyn niepowodzeń firm. Jest to spowodowane błędną kalkulacją ilości gotówki, którą firma mogłaby spalić, zanim jej produkt się przykuł — i jest to kolejny przykład tego, jak średnia jej nie ogranicza.

Największym żalem w moim życiu nie jest to, że nie odpracowałem tyłka – bo tak zrobiłem. Chodzi o to, że nie wyznaczyłem sobie celów 10 razy wyższych niż to, co początkowo sądziłem, że mogę osiągnąć od samego początku. Czemu? Ponieważ sposób, w jaki zostałem wychowany, miał duży wpływ na moje cele i je ograniczał. Nikogo nie winię; to tylko fakt. Spędziłem pierwsze 30 lat mojej kariery biznesowej, przygotowując właściwą część wysiłku 10X i spędzę następne 25 lat, aby uzyskać właściwą część dotyczącą 10X wyznaczania celów. Dlatego zalecam wykonanie

następujących czynności:

1. Ustaw cele 10X.
2. Dopasuj je do innych celów.
3. Zapisuj je codziennie — po przebudzeniu i przed pójściem spać.

Exercise

Write down how your upbringing has influenced your goal setting.

What are some goals you would set if you knew you could achieve them?

What are other goals/purposes that align with primary goals that would further fuel your actions?

Look at the list of goals I wrote and find two things they all have in common.

Rozdział 10

Konkurs jest dla maminsyków

Jednym z wielkich kłamstw utrwalanych przez ludzkość jest przekonanie, że konkurencja jest dobra. Dobry dla kogo – dokładnie? Może pomóc w zapewnieniu klientom możliwości wyboru i zmusić innych do lepszego działania. Jednak w świecie biznesu zawsze chcesz mieć możliwość dominacji, a nie konkurowania. Jeśli stare powiedzenie brzmi: „Konkurencja jest zdrowa”, nowe powiedzenie brzmi: „Jeśli konkurencja jest zdrowa, to dominacja jest odpornością!”

Z tego, co widziałem, konkurowanie z innymi ogranicza zdolność osoby do kreatywnego myślenia, ponieważ osoba ta nieustannie obserwuje, co robi ktoś inny.

Powodem, dla którego moja pierwsza firma odniosła taki sukces, jest to, że stworzyłem programy sprzedażowe, które wprowadziły naprawdę oryginalny sposób sprzedaży, w którym nie było konkurencji. Był to wyraźnie nowy sposób myślenia i podejścia do sprzedaży. Przez ostatnie 200 lat nikt nie zrobił nic poza kopowaniem się nawzajem.

Zignorowałem więc konkurencję i zrobiłem coś, co stworzyło nowy proces sprzedaży o nazwie „Sprzedaż wspomagana informacją”. To było przed Internetem i zanim konsumenti mieli łatwo dostępną informację. Przewidywałem, że sprzedawcy będą musieli odrzucić stare sposoby sprzedaży i nauczyć się, jak korzystać z informacji, aby im pomóc. Chociaż wyprzedzałem swój czas, a tradycyjni myślicielestawiali opór, gdy Internet osiągnął masę krytyczną, sprzedaż wspomagana informacją stała się sposobem na sprzedaż, a moja konkurencja pozostała przy przestarzałych systemach i procesach. I wyszedłem na szczyt, ponieważ ludzie byli zachwyceni, widząc coś zupełnie nowego. Myśliciele postępuje nie kopują. Nie konkurują — tworzą. Nie patrzą też na to, co zrobili inni.

Nigdy nie stawiaj sobie za cel konkurowania. Zamiast tego zrób wszystko, co możesz, aby zdominować swój sektor, aby uniknąć spędzania czasu na ściganiu kogoś innego. Nie pozwól innej firmie wyznaczać tempa; spraw, aby to była praca Twojej organizacji. Wyprzedź grupę. Spraw, by chcieli cię gonić i starali się być tacy jak ty, a nie na odwrót. Nie oznacza to, że nie powinieneś studiować najlepszych praktyk innych w trendach branżowych; jednak chcesz, aby Twoim zadaniem było przeniesienie tych koncepcji na inny poziom. Na przykład Apple produkuje komputery i smartfony; nie kopowała po prostu tego, co robili Dell, IBM, Rimm i inni. Apple nie konkuruje; dominuje, nadaje tempo i pozwala innym próbować powtórzyć jego sukces. Nie ustawiaj swoich celów na konkurencyjnym poziomie. Ustaw je na poziomie, który całkowicie przyćmi i zdominuje Twój sektor.

Możesz się zastanawiać, jak dominujesz? Pierwszym krokiem jest podjęcie decyzji o dominacji. Wtedy najlepszym sposobem na dominację jest robienie tego, czego inni odmawiają. Zgadza się — rób to, czego oni nie zrobią. To pozwoli Ci od razu wykroić sobie przestrzeń i wypracować nieuczciwą przewagę. Powiem jasno: chcę uzyskać nieuczciwą przewagę, jeśli mogę ją stworzyć. Chociaż zawsze jestem etyczny, nigdy nie gram

sprawiedliwy. Poszukuję sposobów, dzięki którym mogę uzyskać nieuczciwą przewagę — a jednym z niezawodnych sposobów jest zrobienie tego, czego nie zrobią inni. Znajdź coś, czego nie mogą zrobić, może ze względu na ich rozmiar lub zaangażowanie w inne projekty, a następnie wykorzystaj to. Może ograniczają się w czasie, gdy gospodarka jest niepewna. To byłby twój moment, aby rozszerzyć się na te przestrzenie, w których się kurczę.

Firma, z którą współpracowałem, zajmująca się implantami dentystycznymi, powiedziała mi, że lider w tej dziedzinie obniżył wszystkie koszty podróży i wybrał, że wszystkie kontakty z klientami odbywają się telefonicznie i przez Internet. Aby uzyskać przewagę konkurencyjną, postanowiliśmy zdominować kontakty osobiste, podczas gdy lider się wycofał. Dominacja — nie konkurencja!

Nigdy nie graj według ustalonych norm, w ramach których działają inni. Reguły, normy i tradycje każdej grupy lub branży są zwykle pułapkami, które uniemożliwiają nowe idee, wyższe poziomy wielkości i dominację. Nie chcesz po prostu brać udziału w wyścigu; chcesz być na szczycie listy rozwagań. Co więcej, chciałbyś być jedynym, który uważany jest za realne rozwiązanie. Musisz przyjąć postawę, że masz tak dużą władzę w swojej przestrzeni, że Twoi klienci, Twój rynek, a nawet konkurencja automatycznie myślą o Tobie, gdy myślą o tym, co robisz. IBM zrobił to z takim sukcesem, że wszystkie komputery PC zostały nazwane IBM. Był czas, kiedy Xerox osiągnął to tak pomyślnie z kopiarkami, że nie mówiło się o robieniu kopii, ale raczej o kserowaniu. To czysta dominacja w sektorze i nieprawidłowa ochrona Twojej nazwy handlowej. Celem mojej firmy szkoleniowej sprzedaży nie jest konkurowanie z innymi w przestrzeni o przychody lub klientów. Naszym celem jest dosłownie upewnienie się, że każdy człowiek na planecie Ziemia zrównuje Grant Cardone ze szkoleniem sprzedażowym.

Osiągalny? Prawdopodobnie nie, ale jest to cel, którym kierujemy się przy podejmowaniu decyzji. Nie konkurujemy z nikim innym, aby być najlepszym w sektorze. Naszym celem jest zdominowanie myślenia wszystkich ludzi, aby moje nazwisko stało się synonimem szkolenia sprzedażowego. Wyszukaj w Google termin „motywacja do sprzedaży” i obejrzyj mój film. W ten sposób można podejść do sektora, celu lub jakiegokolwiek przedsięwzięcia — aby całkowicie go posiąść.

Zawsze możesz uczyć się od tych, którzy chcą konkurować; po prostu ich nie ścigaj. Sam Walton, założyciel Wal-Martu, miał robić co tydzień zakupy w innych sklepach, aby zobaczyć, co robią dobrze i poprawić to. Jednocześnie miał też na celu dominację, a nie rywalizację. Jeśli zamierzasz powielać najlepsze z tego, co robią inni, zaatakuj ich, walcz w tej praktyce i uczyń ją swoją. Doskonal ich „specjalizacje”, aż staną się twoją przewagą. Zrób to do momentu, w którym staniesz się ekspertem i liderem w tej dziedzinie i zdominujesz ją tak niesamowicie, że nie będą już nawet chcieli tego próbować. Nie musisz być

najpierw do przestrzeni, ale ważne jest, aby być branym pod uwagę jako pierwszy w przestrzeni - jeśli rozumiesz, o co mi chodzi. Komunikat, który chcesz wysłać na rynek poprzez swoje wytrwałe działania, brzmi: „Nikt nie może za mną nadążyć. Nie odchodzę. Nie jestem konkurentem. Jestem przestrzenią.”

Większość z was będzie miała mniej pieniędzy niż niektórzy liderzy w waszej przestrzeni. Nawet jeśli masz mniej pieniędzy niż inni gracze na rynku, nie oznacza to, że jesteś w niekorzystnej sytuacji. Chociaż mogą być w stanie cię przewyższyć lub przelicytować, z pewnością możesz ich przechytrzyć, korzystając z mediów społecznościowych, osobistych wizyt, poczt, e-maili, sieci i tak dalej. Twórz kampanie, korzystając z posiadanych zasobów. Nie brakuje energii, wysiłku, kreatywności, ani tego, jak bardzo możesz nawiązać kontakt ze swoimi klientami. Używaj odmian kampanii ofert, informacji, filmów, linków, weryfikacji stron trzecich, poczt, e-maili, połączeń telefonicznych i kombinacji wizyt osobistych, aby przeciwdziałać kosztownym i często marnotrawnym kampaniom reklamowym stosowanym przez większych graczy. Ostrzeżenie: Używając aktywności, aby przeciwdziałać reklamom konkurencji „z głębokiej kieszeni”, nigdy nie lekceważ tego, ile aktywności potrzeba, aby zostać zauważonym i utrzymać uwagę w swojej przestrzeni. Na przykład ludzie myślą, że mogą publikować dwa razy dziennie na Facebooku lub Twitterze i że wywołują efekt. Nie rozumiesz masowego działania, jeśli myślisz dwójkami, i zdecydowanie nie doceniasz rozmiaru Internetu, jeśli myślisz, że kilka postów sprawi, że zostaniesz zauważony. Jak każdy inny aspekt rozwoju firmy, musisz ciągle się pojawiać i dawać do zrozumienia, że nie odchodzisz.

Dobrą rzeczą w mediach społecznościowych jest to, że każdy może grać w przestrzeni, niezależnie od swojej sytuacji finansowej. Pozwala na nieograniczoną kreatywność i nagradza tylko tych, którzy konsekwentnie i wytrwale z niej korzystają. Kiedy po raz pierwszy zacząłem bawić się mediami społecznościowymi, publikowałem dwa razy dziennie. Nie wiem, o czym myślałem – to była chwila „małej uwagi”. Jednocześnie zaczęliśmy rozsyłać strategie e-mailowe raz w miesiącu i otrzymywaliśmy prośby od ludzi, którzy chcieli zostać usunięci z naszej kampanii e-mailowej. Moi koledzy zasugerowali, żebym się wycofał. Wtedy się obudziłem i odzyskałem zmysły. Zamiast się wycofywać, wydałem rozkaz zwiększenia liczby postów do 10 razy w stosunku do dotychczasowych. Następnie poinstruowałem moich pracowników, aby zaczęli wysyłać elektroniczne strategie dwa razy w tygodniu zamiast co miesiąc (osiem razy) i osobiście zacząłem publikować komentarze na Twitterze 48 razy dziennie (raz na 30 minut). Każdy z nich został napisany przeze mnie i miał być wrzucony w określonym czasie. Chociaż można przypuszczać, że liczba skarg i żądań „anulowania subskrypcji” zwiększy się wraz z tą masową kampanią odpływu, tak się nie stało. Zamiast tego zaczęliśmy otrzymywać e-maile i posty z podziwem dla mojego poziomu aktywności i komplementami

za chęć udzielania ludziom bezpłatnej informacji sprzedawczej i motywacyjnej. Pojawiły się pytania: „Jak możesz to wszystko zrobić? Jak duży jest twój personel? Gdzie znajdujesz czas? Czy kiedykolwiek odpoczywasz? A na każdą osobę komentującą musiało przypadać kolejne 1000 myślących o czymś podobnym . . . · i jak myślisz, o kim myśleli? Nie było to drogie i kosztowało mnie tylko energię, wysiłek i kreatywność. W tym samym czasie, kiedy to robiłem, facet, z którym większość ludzi mnie porównuje, został zapytany, co myśli o mediach społecznościowych. Odpowiedział: „Wciąż to oceniam”. Kiedy on ocenia, ja biję go na śmierć. Pewnego dnia opublikowałem na Twitterze: „Zrobię z Twittera moją małą suczkę”.

To świetny przykład dominacji oraz skandalicznego myślenia i działania, które nie kosztują pieniędzy. Pomyśl o dominacji w ten sposób: nie możesz dominować, jeśli nie penetrujesz i nie penetrujesz używając rozsądniego poziomu aktywności. Twoim największym problemem jest niejasność — inni ludzie cię nie znają i nie myślą o tobie.

Innym problemem dla nas wszystkich jest po prostu przebiecie się przez hałas na rynku. Musisz zrobić dwie rzeczy: (1) zostaćauważonym i (2) przebić się przez hałas. W moim przypadku, gdybyśmy podjęli decyzję o wycofaniu się w celu usatysfakcjonowania kilku narzekających, nie powiększylibyśmy bazy kontaktów. Im więcej pisałem, tym bardziej ludzie nas lubili. Im więcej wychodzimy, tym więcej osób pomagamy. Kiedy nadaliśmy ten nowy program, widzieliśmy nawet posty konkurentów, którzy szydzili ze mnie. Jednak nawet te komentarze zwróciły uwagę na mnie i moją firmę. Gdy podejmiesz odpowiednią ilość działań, wydarzą się dwie rzeczy: (1) Otrzymasz nowy zestaw problemów i (2) Twoja konkurencja zacznie Cię promować. Uwielbiam, kiedy wywarłem taki wpływ, że inni, którzy mnie nawet nie znają, prowadzą rozmowy, które podnoszą świadomość na temat mojej firmy, moich produktów i tego, co zamierzam.

Określ możliwości, działania i nastawienie osób, z którymi konkurujesz. Rób to, czego oni nie zrobią, idź tam, gdzie oni nie pójdą, myśl i podejmuj działania w ilościach 10X, których nie są w stanie pojąć. Nie angażuj się zbytnio w rywalizację o najlepsze praktyki; podejmij swoje działania do punktu uznanego przez świat za nierozsądne, w którym robisz rzeczy, które tylko Ty i Twoja firma zrobilibyście, mogliby lub chcieliby zrobić – coś, co nazywam „tylko praktykami”.

Dla jednej firmy, z którą konsultowałem się kiedyś, zidentyfikowaliśmy miejsca, w których można zastosować „tylko praktyki”. Odkryliśmy, że branża ogólnie boryka się z praktyką kontaktowania się z klientami. Przyjrzałem się więc, czego nie zrobiliby nasi konkurenci i stwierdziliśmy, że żaden z nich nie oddzwoni

klientów wychodzących ze sklepu. Skłoniło to firmę do natychmiastowego uruchomienia programów, podczas których klienci byli oddzwaniiani, gdy wyjeżdżali z parkingu. Menedżerowie natychmiast zaczęli dzwonić na telefony komórkowe klientów, którzy opuszczali teren firmy i prosili ich o powrót. Jeśli połączenie przeszło na pocztę głosową, kierownik zostawił wiadomość z prośbą do klienta: „Proszę natychmiast wrócić. Mam coś, co musisz zobaczyć. Albo kierownik wysyłał SMS-a z sugestią, że firma od razu ma coś do pokazania klientowi. Jeśli nie nawiązano udanego kontaktu, inny menedżer powtórzył program oddzwaniania tego samego dnia i ponownie następnego dnia rano. Wyniki były takie, że prawie 50 proc. klientów wróciło natychmiast, a prawie 80 proc. stało się wówczas kupującymi. Kolejne 20 procent powróciło w wyniku późniejszych rozmów i zwiększyło sprzedaż tej organizacji na nowe poziomy. To jest przykład „tylko praktyk”.

Nie ma znaczenia, co robisz — ważne jest, że Twoim celem jest zdominowanie swojego sektora działaniami, które są natychmiastowe, konsekwentne i trwałe oraz na poziomach, na których nikt inny nie chce działać ani powielać. Podejmij dowolne działanie i przenieś je do poziomu, który oddzieli Ciebie i Twoją firmę od wszystkich innych, którzy mogą znajdować się w Twojej przestrzeni. Bądź gotów poświęcić całą energię, wysiłek i kreatywność na wyróżnienie się jako jedynego gracza. Dowiedz się, jak dominować, będąc pierwszym w świadomości swojego rynku, klientów, a nawet konkurencji. Warunki rynkowe nie ulegną poprawie, dopóki nie poprawisz sposobu myślenia i podejścia do rynku. Nawet jeśli jesteś na słabym rynku, mniej cierpisz, gdy na nim dominujesz. Słabe rynki faktycznie stwarzają możliwości, ponieważ gracze na tych rynkach zazwyczaj stali się zależni i słabi, ponieważ nie wiedzą, jak działać w bardziej wymagającym środowisku. Nie żałuj ich; zdominować ich. Nie mają pecha; ich przeciętne myślenie i działania po prostu je zawodzą. Rynek jest brutalny i ukarze każdego, kto nie podejmie odpowiednich działań. Teraz nadszedł czas, aby przestawić się na każdą twoją myśl i działanie mające na celu zdominowanie twojego sektora, rynku, konkurencji — i każdą myśl twoich potencjalnych klientów. Przestań myśleć o rywalizacji. Wbrew temu, co wszyscy mówią, to nie jest zdrowe. To dla maminów.

Exercise

What is the difference between dominating and competing?

If competition is healthy, domination is _____

What is the difference between best practices and only practices?

What are some practices you can do that would separate you from your competition?

Rozdział 11

Wyrwanie się z klasy średniej

Proszę nie obrażać się tym, co piszę w tym rozdziale. Wiem, że wielu z was spędziło całe życie, próbując dostać się do klasy średniej, i zaraz wam powiem, że to zły cel. Miej otwarty umysł. Pewnego dnia napiszę na ten temat całą książkę – ale na razie pomyślmy tylko o wyrwaniu się z tego, co nazywam „mentalnością klasy średniej”. Sądzę, że mogę stwierdzić, że klasa średnia jest grupą najbardziej poszkodowaną przez myślenie i działania swoich członków, co sprawia, że są najbardziej podatni na niepewność i ból. Chociaż jest to grupa, do której wielu aspiruje, aby być częścią, jest to również grupa, która wydaje się najbardziej uwięziona, zmanipulowana i zagrożona. Czy klasa średnia naprawdę jest tak dobrym statusem, jak ci się wydaje? Czy wiesz w ogóle, co to znaczy być klasą średnią lub co stawia osobę w tej grupie? Zanim podejmiesz decyzję o tym, dokąd zmierzasz lub do jakiej grupy starasz się należeć, dobrze byłoby przyjrzeć się statystykom tej grupy.

Dochody klasy średniej

Raporty z Wikipedii i Spisu Powszechnego 2008 sugerują, że przedział dochodów klasy średniej wynosi od 35 000 do 50 000 dolarów rocznie. Przeczytaj inny zestaw badań, a liczby te wynoszą od 22 000 do 65 000 USD rocznie. Nie jest tajemnicą, że bardzo trudno byłoby żyć na jednym z tych poziomów dochodów w obszarze miejskim, takim jak Nowy Jork czy LA, a tym bardziej czuć się finansowo.

To doświadczenie nie jest tym, co większość ludzi uważałyby za pożądaną sytuację.

Klasa średnia dzieli się dalej na wyższą i niższą klasę średnią. Wyższa klasa średnia składa się zwykle z ludzi, którzy mają znaczny majątek i dochody gospodarstwa domowego przekraczające 1 milion dolarów rocznie, chociaż nie ma nic, co by uzasadniło, co stanowi 1 milion dolarów. Myślę, że to po prostu dobrze brzmi. Większość ludzi uważa 1 milion dolarów za dużo pieniędzy — dopóki go nie mają. Potem uświadamiają sobie, że to nie posuwa się zbyt daleko, ponieważ decyzje i rozważania danej osoby zmieniają się po wejściu do nowego przedziału dochodów.

Ludzie z rzekomej wyższej klasy średniej zajmują zauważalnie wyższe stanowiska w swoich biurach i są uważani za bardziej stabilnych finansowo niż wielu ich rówieśników. Może tak być, dopóki nie nastąpi jakiekolwiek ekonomiczne zniszczenie. Wtedy widzimy, że nawet ta grupa nie jest chroniona.

Trzeba przyznać, że członkowie tej grupy powinni odczuć znaczny wzrost dochodów w związku z rozwojem gospodarczym narodu w dobrych czasach. Oni mają

wyższe dochody rozporządzalne niż wielu ich odpowiedników z niższej klasy średniej, która składa się z osób z podstawowymi kwalifikacjami i rocznym dochodem od 30 000 do 60 000 dolarów. Niższa klasa średnia stanowi dużą część ogółu ludności naszego kraju. Ten zestaw często walczy o osiągnięcie wyższego poziomu klasy średniej; jednak, gdy pojawiają się trudności ekonomiczne, wszyscy zostają powaleni.

Mój klient niedawno zapytał mnie za pośrednictwem wiadomości tekstowej 26 dnia ostatniego miesiąca: „Grant, muszę zarobić 10 000 \$, aby moje drzwi były otwarte w tym miesiącu. W jaki sposób mogę to zrobić?” Zdarzyło mi się otrzymać jego wiadomość podczas niedzielnego meczu piłki nożnej, więc zapytałem go: „Czy oglądasz dzisiaj mecz?” Odpisał mi: „Tak”. Odpowiedziałem wtedy: „Co robisz, biorąc wolne w niedzielę, żeby obejrzeć mecz? Powinieneś rozdawać ulotki, spędzając każdą sekundę każdej godziny, próbując uzyskać dochód przekraczający to, czego potrzebujesz. A tak przy okazji, potrzebujesz 100 000 dolarów zysku netto, a nie 10 000 dolarów”. „Niedziela”, odpowiedział, „jest dniem odpoczynku”. O chłopie! Odpowiedziałem: „To dla tych, którzy pracowali przez pozostałe sześć dni! Pan nie rozmawiał z ludźmi, którym brakuje środków i nie zasłużyli na dzień odpoczynku. Więc wyłącz grę, wstań z kanapy i idź po pieniądze, których potrzebujesz! Przestań być niewolnikiem klasy średniej i idź generować dochód, którego potrzebujesz, aby zabezpieczyć bogactwo i wolność finansową — dla siebie, swojego gospodarstwa domowego i swojej firmy!” Myśle, że dostał wiadomość.

Mój klient jest zagrożony, ponieważ działał w oparciu o to, czego potrzebuje i dlatego po prostu „daje sobie radę”. Niestety ta mieszczańska mentalność nie zapewni bezpieczeństwa finansowego. Na nim wyschły brzegi; nie mógł już polegać na kredytach za swoją poduszkę, a teraz może polegać tylko na swoich działaniach. To jest problem wielu członków klasy średniej. Dążą do tego, co uważają za konieczne, a nie robią naprawdę duże. Większość ludzi wierzy, że wygodne życie klasy średniej obejmuje ubrania, dom, kilka samochodów, wakacje, może wyższe stanowisko kierownicze i trochę pieniędzy w banku.

Jednak w zależności od okresu w historii, do którego się odnosimy, termin „klasa średnia” ma różne znaczenia – wiele z nich było i nadal jest ze sobą sprzecznych. Odnosi się do klasy ludzi między chłopami a szlachtą, podczas gdy inne definicje sugerują, że klasa średnia miała wystarczający kapitał, by rywalizować ze szlachtą. Wyraźnie odeszliśmy dzisiaj od tego znaczenia. Na przykład w Indiach za klasę średnią uważa się tych, którzy mieszkają w nieruchomościach zajmowanych przez właściciela, podczas gdy praca robotnicza czyni cię klasą średnią w Stanach Zjednoczonych, a w Europie oznacza to, że jesteś członkiem klasy.

Ważnym rozróżnieniem, które chciałbym zrobić, jest moje własne odniesienie do „środka

klasa" jako nastawienie, a nie poziom dochodów. Ktoś, kto zarabia milion dolarów rocznie, może nadal przyjmować sposób myślenia i działania klasy średniej. To bardziej mentalność, która tworzy pułapkę, która cię zawiedzie. Klasa średnia to w dużej mierze cel, który nie zapewni ci tego, czego naprawdę pragniesz. Jest „średni” — normalny lub przeciętny — synonimem terminów, które już uznaliśmy za wysoce nieatrakcyjne.

Ale co w dzisiejszych czasach oznacza klasa średnia dla większości ludzi? W lutym 2009 r. autorytatywny tygodnik The Economist ogłosił, że ponad połowa światowej populacji należy do tej grupy w wyniku szybkiego wzrostu w krajach wschodzących. W artykule scharakteryzowano klasę średnią jako dysponującą rozsądną kwotą uznaniowych dochodów i nie mającą konieczności żyć z rąk do rąk, jak to robią biedni. Został zdefiniowany jako początek w momencie, gdy ludzie mają mniej więcej jedną trzecią swoich dochodów na wydatki dyskreccjonalne po opłaceniu podstawowej żywności i schronienia.

Jednak prawie żaden członek dzisiejszej klasy średniej nie ma jednej trzeciej swoich dochodów na dochód uznaniowy. Ta grupa jest obecnie atakowana przez coś, co nazywa się uciskiem klasy średniej – sytuacja, w której podwyżki płac nie nadążają za inflacją dla osób o średnich dochodach. Jednocześnie zjawisko to nie ma podobnego wpływu na osoby najlepiej zarabiające.

Dodaj do tego fakt, że znaczna część rzekomego bogactwa klasy średniej pochodzi z założenia, że obliczenia długu i kapitału własnego domu były bardziej atramentem niż prawdziwymi pieniędzmi.

Osoby należące do klasy średniej często stwierdzają, że ich uzależnienie od kredytu – pogłębane przez załamanie rynku mieszkaniowego – uniemożliwia im utrzymanie stylu życia klasy średniej, co sprawia, że ruch w dół stanowi zagrożenie dla przeciwdziałania aspiracji do awansu. To jest grawitacja, opór i nieoczekiwane warunki, o których wspomniałem wcześniej. Grupa ta doświadcza następnie spadku dochodów klasy średniej w miarę utraty miejsc pracy. I po raz pierwszy w naszej historii widzimy, że więcej mężczyzn traci pracę niż kobiet, ponieważ lepiej opłacani mężczyźni są zwalniani na rzecz zachowania tańszych odpowiedników. Jednocześnie ceny niezbędnych artykułów – takich jak energia, edukacja, mieszkanie i ubezpieczenia – nadal rosną, a płace spadają. Ten rodzaj ucisku zawsze dotyczy największe grupy ludzi w danej populacji. Bogaci nie są uzależnieni od dochodów i zadłużenia, a biedni otrzymają pomoc, do której klasa średnia nie kwalifikuje się.

Dla większości ludzi bycie klasą średnią oznacza solidną pracę za godziwą lub dobrą płacę, stałą opiekę zdrowotną, dość wygodny dom w ładnej okolicy, dobre wykształcenie (cokolwiek to oznacza) dla swoich dzieci, czas

na wakacje (to bardzo cenione) i pieniądze w 401(k), które rosną i pozwalają na przyzwoitą emeryturę. Jednak wszystko to – od tak dawna uważane za oczywiste – jest teraz w stanie zamętu, dzięki implozie mieszkaniowej i załamaniu kredytowemu. Istniejąca klasa średnia jest ściskana i ma co najwyżej nadzieję na utrzymanie lub odzyskanie przeszłych osiągnięć. Średnie dochody tej grupy systematycznie spadają.

Miejsca pracy jej członków są zagrożone, a ich oszczędności i inwestycje są zagrożone. Bardzo cenione wakacje z przeszłości będą prawdopodobnie bardziej przypominały wizytę w pobliskim parku.

Po co ci to wszystko opowiadać? Zapytaj ludzi z klasy średniej, czy jest to bezpieczne lub pożądane – i chociaż mogą twierdzić, że są wdzięczni za to, że nie są „biedni”, prawdopodobnie powiedzą ci, że czują się bardziej jak członek klasy robotniczej niż klasa średnia. Weź też pod uwagę fakt, że dolar jest dziś wart mniej niż wczoraj, a jutro będzie wart jeszcze mniej.

Ktoś, kto zarabia 60 000 \$ rocznie, płaci 15 000 \$ podatków. Jeśli ta osoba ma szczęście, zostaje mu 45 000 dolarów rocznie – co naprawdę jest warte tylko 32 000 dolarów – na dom, szkołę, ubezpieczenie, jedzenie, płatności za samochód, paliwo, nagłe przypadki medyczne, wakacje i oszczędności. Czy to brzmi dla ciebie pożądane? Klasa średnia była marzeniem sprzedawanym niezliczonym Amerykanom jako dobry cel, do którego powinni dążyć. Jednak w rzeczywistości jest naprawdę blisko „dobra” – i prawdopodobnie lepiej opisana jako pułapka na myszy z dużym, grubym kawałkiem sera.

Twierdzę, że klasa średnia jest najbardziej stłumioną, ograniczoną i zamkniętą społeczno-ekonomiczną grupą demograficzną na świecie. Ci, którzy pragną być jego częścią, są zmuszeni do myślenia i działania w określony sposób, gdzie nagrodą jest „wystarczy”. Pomyśl, że wystarczy tylko, by być „wygodnym” lub „odpowiednio zadowolonym”, jest koncepcją, która została sprzedana – przez system edukacyjny, media i polityków – aby przekonać całą populację ludzi do osiedlenia się zamiast dążyć do obfitości. Jednak wystarczy trochę się obudzić, aby odkryć, że jest to obietnica bez spełnienia. Obecnie 5% najbogatszych ludzi kontroluje 80 bilionów dolarów, czyli więcej, niż wytworzyło się w historii ludzkości. Gdybyś wiedział, że masz taką samą energię i kreatywność, aby przejść na wyższy poziom, czy nie spróbowałbyś tego?

Exercise

Before you read this chapter, what was your understanding of the middle class?

What are the income levels of the middle class?

What does middle class mean to you now?

Rozdział 12

Obsesja nie jest chorobą; To prezent

Słownik definiuje termin „obsesja” jako „dominacja myśli lub uczuć przez uporczywą ideę, obraz lub pragnienie”. Chociaż reszta świata ma tendencję do traktowania tego sposobu myślenia jak choroby, uważam, że jest to doskonały przymiotnik określający, jak należy podejść do sukcesu. Aby zdominować swój sektor, swój cel, marzenie lub ambicję, musisz najpierw zdominować wszystkie swoje zainteresowania, myśli i rozważania. Obsesja nie jest tutaj zła; jest to wymóg, aby dostać się tam, gdzie chcesz. W rzeczywistości chcesz być tak fanatycznie nastawiony do sukcesu, że świat wie, że nie pójdziesz na kompromis ani nie odejdziesz. I dopóki nie popadniesz w obsesję na punkcie swojej misji, nikt nie potraktuje cię poważnie. Dopóki świat nie zrozumie, że nie odchodzisz — że jesteś w stu procentach zaangażowany i całkowicie przekonany, i będziesz wytrwale realizować swój projekt — nie zdobędziesz potrzebnej uwagi i wsparcia, którego pragniesz. W tym kontekście obsesja jest jak ogień; chcesz zbudować tak duży, że ludzie czują się zmuszeni siedzieć wokół niego z podziwem. I tak jak w przypadku ogr

dodawanie drewna, aby podtrzymać ciepło i blask. Masz obsesję na punkcie tego, jak podtrzymać ogień, bo inaczej zamieni się w popiół.

Aby stworzyć rzeczywistość 10X, musisz śledzić każdą akcję z obsesją, aby doprowadzić ją do sukcesu. Musisz zachować silną motywację, aby każdego dnia podejmować 10-krotne działania. Chociaż ludzie nieustannie podejmują działania, wiemy, że wiele z tych działań nie prowadzi ich donikąd. Większość nic nie robi lub już się poddała, a inni wycofują się, próbując uniknąć niepowodzeń i negatywnych doświadczeń. Ogromne segmenty populacji po prostu działają na normalnych poziomach, aby przetrwać i dopasować się. Każda z tych grup nie ma obsesji, aby zobaczyć, jak ich działania prowadzą do sukcesu. Większość ludzi podejmuje tylko tyle wysiłku, aby poczuć się jak praca, podczas gdy ci, którzy odnoszą największe sukcesy, kierują się każdym działaniem z obsesją, aby doprowadzić je do nagrody.

Jeśli popadniesz w obsesję na punkcie swojego pomysłu, celu lub celu, również uzależnisz się od pomysłu, aby to zadziałało. Każdy, kto uczyni swoją misją stworzenie długoterminowego, pozytywnego przetrwania 10X, będzie musiał podchodzić do każdej chwili, decyzji, działania i dnia z takim poziomem fiksacji. W końcu, jeśli twoje idee nie zajmują nadmiernie twoich własnych myśli, to jak możesz oczekiwac, że zajmą one myśli innych? Coś musi pochłaniać twoje myśli w każdej sekundzie każdego dnia — więc co to powinno być? Mieć obsesję na punkcie czegoś. Spraw, by Twoje marzenia, cele i misja były głównym przedmiotem troski Twojego umysłu i działań!

Słowo „obsesja” ma zwykle negatywne konotacje, ponieważ wiele osób uważa, że obsesja na punkcie czegoś (lub kogoś) jest zwykle destrukcyjna lub szkodliwa. Ale pokaż mi jedną osobę, która osiągnęła wielkość bez obsesji na jakimś poziomie. Po prostu nie możesz tego zrobić. Każda osoba lub grupa, która osiągnęła coś znaczącego, miała kompletną obsesję na punkcie tego pomysłu.

Niezależnie od tego, czy był to artysta, muzyk, wynalazca, biznesmen, agent zmiany, czy filantrop, ich wielkość była wynikiem ich fiksacji.

Ktoś kiedyś zapytał mnie, czy zawsze miałem taką samą obsesję na punkcie sukcesu i pracy, jak dzisiaj. Odpowiedziałem: „Absolutnie nie!” Na początku byłem – do około 10 roku życia. Potem odpuściłem sobie i nie wpadłem w obsesję, dopóki nie skończyłem 25 lat. Pozostałem taki – w mniejszym lub większym stopniu – od tamtej pory i żałuję tamtych lat. Nie miałem obsesji na punkcie moich marzeń i celów. Mogę ci powiedzieć, że moje życie poszło znacznie lepiej, ponieważ pasjonowałem się swoimi marzeniami i celami — nawet jeśli coś poszło nie tak.

Niedawno widziałem wywiad telewizyjny z prezydentem Izraela Shimonem Peresem. Pan. Peres miał wtedy 87 lat i w ciągu ostatnich 18 miesięcy przeprowadził 900 wywiadów. Jego obsesja na punkcie swojej misji sprawia, że wydaje się młody i energiczny

—pomimo swojego wieku. Nawet ci, którzy nie wierzą w jego misję, muszą podziwiać jego zaangażowanie w nią, czego dowodem jest jego twierdzenie, że „praca jest lepsza niż wakacje – i ważne jest, aby mieć cel, aby codziennie się budzić”. Niezliczeni ludzie, którzy odnieśli sukces, zgadzają się z przekonaniem, że ich kariera nie przypomina pracy, ale raczej coś, co kochają robić. To jest obsesja w najlepszym wydaniu.

Dzieci są wspaniałym przykładem wrodzonej obsesji. Są niemal natychmiast zafiksowani na każdym napotkanym zadaniu — uczeniu się, naśladowaniu, odkrywaniu, zabawie i wykorzystywaniu całej swojej energii do wszystkiego, co ich zainteresuje. O ile jakaś część ich rozwoju nie została opóźniona, żadne dziecko nie podchodzi do swoich zajęć bez głębokiej obsesji i całkowitego zaabsorbowania tym, czego pragnie — czy to smoczka, zabawki, jedzenia, uwagi tatusia, czy pilnej potrzeby zmiany. W ten sposób widzimy, jak obsesja jest naturalnym stanem człowieka. Nie staje się to „problemem”, dopóki rodzić, opiekun, nauczyciel — aw końcu całe społeczeństwo — nie zacznie tłumić tej fiksacji.

Często sprawiają, że dziecko czuje, że jego zaangażowanie w cel jest złe, a nie coś naturalnego i bardzo słusznego! W tym momencie wiele dzieci zaczyna zakładać, że ich intensywne zainteresowanie życiem i odkryciami — ich wrodzone zaangażowanie w pełne zaangażowanie — jest w jakiś sposób niewłaściwe lub nienaturalne. Zasadniczo byli zastraszeni przez innych — którzy dawno temu zrezygnowali z własnych obsesji — aby zmienić swoje zachowanie. Dzieje się tak, gdy osoba przechodzi z wyższych poziomów zaangażowania i działania na poziomy „średnie”.

Abyście nie myśleli, że mówię o czymś, z czym nie mam osobistych doświadczeń, powinienem wam powiedzieć, że właśnie urodziłem swoje pierwsze dziecko. Przyznam, że chociaż jej obsesyjna natura wychyla się w niesprzyjających dla mnie chwilach, nigdy nie chcę tego tłumić. Moim gorącym pragnieniem jest, aby moja córka popadła w obsesję na punkcie swoich marzeń, nigdy nie zrezygnowała z ich realizacji, a resztę życia spędziła na ulepszaniu ich! Uwielbiam uczucie, które towarzyszy obsesji na punkcie pomysłu i podziwiam innych, którzy są tak fanatyczni. Kogo nie wzruszają ludzie lub grupy, które dążą do tego, w co wierzą całym sercem — kto jest tak pochłonięty ich pomysłami, że każdego dnia budzą się ze swoimi marzeniami, pracując nad nimi przez cały dzień, a potem iść spać i śnić o nich przez całą noc? Gdy tylko inni ludzie dostrzegą intencję, przekonanie i zaangażowanie w myślach, oczach i ruchach namiętnej osoby, szybko znikają z drogi. Sugeruję, abyś miał obsesję na punkcie rzeczy, których chcesz; w przeciwnym razie spędzisz całe życie mając obsesję na punkcie wymyślania wymówek, dlaczego nie dostałeś takiego życia, jakiego chciałeś.

To niefortunne, że ludzie z tego rodzaju żarłoczną obsesją i zacieklem popędem są klasyfikowani jako osoby wytrącone z równowagi, uzależnione od pracy, obsesyjne i całe

litania innych etykiet. Co by się stało, gdyby świat widział niezachwianą pasję człowieka, nieśmiertelną obsesję i przypominające ognisko pragnienie, by przejrzeć swoje cele jako dary, a nie jako wady lub choroby? Czy nie osiągnęliśmy wszyscy więcej? Dlaczego ludzie muszą zamieniać pasję do doskonałości i obsesję, aby odnieść sukces, w coś negatywnego?

Interesujące jest jednak to, że kiedy obsesyjni w końcu odniosą sukces, nie są już określani jako szaleni, ale jako geniusze, wyjątki od reguły i niezwykli. Co by było, gdyby świat podziwiał, oczekiwając, a nawet wymagał, abyśmy wszyscy działały każdego dnia z obsesyjną koncentracją na naszych celach? Co by było, gdybyśmy ukarali ludzi, którzy nie działały z pasją i zaangażowaniem, a nagrodzili tych, którzy doczekali końca swoich projektów? Nasze społeczeństwo byłoby przytłoczone wynalazkami, rozwiązańami, nowymi produktami i zwiększoną wydajnością.

A gdyby świat zachęcał do obsesji, zamiast ją osądzać? Co by było, gdyby jedyną rzeczą, która stała na drodze twojej wielkości, było to, że po prostu musiałeś dążyć do wszystkiego obsesyjnie, wytrwale i jakby od tego zależało twoje życie?
Cóż — tak!

Czy ludzie dotarliby w kosmos, gdyby zespół ludzi nie miał obsesji na punkcie tego, by tak się stało? Czy kraj może stać się wielki bez obsesji jego przywódców na punkcie wielkości? Czy jakikolwiek wybitny lider rozwodniłby swoje marzenia i zachęcił zespół do przyjęcia postawy „weź to albo zostaw”? Oczywiście nie! Czy chcesz, aby twój zespół był odurzony narkotykami, ospał i zrobotyzowany, czy też miał obsesję na punkcie pozytywnego wyniku i zwycięstwa? Nigdy niczego nie tnij, nigdy nie osłabiaj wielkości, nigdy nie ograniczaj swojej mocy i nigdy nie ograniczaj swoich ambicji, motywacji i pasji. Domagaj się obsesji na punkcie siebie i wszystkich wokół siebie.

Nigdy nie rób złej obsesji; zamiast tego uczyń z tego swój cel. Obsesja jest tym, czego będziesz potrzebować, aby wyznaczać cele 10X i podążać za nimi za pomocą działań 10X.

Pamiętaj też, że zbyt mały cel nie pozwoli ci zebrać odpowiedniego paliwa ani podjąć odpowiedniej ilości działań, aby przebić się przez opór, rywalizację i zmieniające się warunki. Nic wielkiego nigdy się nie wydarzy, jeśli ktoś nie będzie miał obsesji na punkcie tej koncepcji – a następnie będzie miał obsesję, podchodząc do każdego zadania, wyzwania i momentu jako niezbędnego, koniecznego i koniecznego.

Zdolność do obsesji nie jest chorobą; to jest prezent!

Exercise

Write down the names of three obsessed people who did something great.

What good thing do you need to be obsessed about again?

Why is it better to be obsessed than not?

What goal would cause you to become obsessed?

Rozdział 13

Idź „wszystko do przodu” i przesadzaj

Teraz, gdy mam nadzieję, że zrehabilitowałem swoją opinię na temat natury obsesji, porozmawiajmy o tym, co musimy zrobić, aby skłonić cię do podjęcia „wszystkich” w każde działanie i pełnego zaangażowania się w każdą okazję.

Większość ludzi zna pojęcie „all-in” jako termin pokerowy. Dzieje się tak, gdy gracz wystawia wszystkie swoje żetony na ryzyko i zostaje znokautowany lub podwaja się. Chociaż nie mówię tutaj o pieniądzach ani żetonach, mam na myśli o wiele ważniejszym zakład – twoje wysiłki, kreatywność, energię, pomysły i wytrwałość. Masywna akcja nie jest jak stół do pokera; nigdy nie zabraknie ci żetonów akcji w życiu ani nie zużyjesz całej swojej energii i wysiłku, angażując się. Najcenniejsze żetony, jakie posiadasz, to nastawienie, działania, wytrwałość i kreatywność. Możesz wchodzić na całość z energią tyle razy, ile chcesz — ponieważ nawet jeśli ci się nie uda, możesz iść na całość!

Większość społeczeństwa odradza mentalność all-in, ponieważ uczy się nas grać bezpiecznie i nie narażać wszystkiego na ryzyko. Zachęcamy nas do oszczędzania i ochrony przed stratami, a nie do pójścia na wielką wypłatę. Giganci na tej planecie są gotowi na wielkie sztuki. To nastawienie jest ponownie oparte na mowie, że twoja energia, kreatywność i wysiłki są materialnymi rzeczami w ograniczonych ilościach, których nie można zastąpić. Są w życiu pewne rzeczy, które mają granice, ale nie masz ich, chyba że narzucisz sobie ograniczenia.

Niezwykłe ważne jest, aby całkowicie przerobić głowę na temat podejmowania działań i zrozumieć, że nie ma ograniczeń co do tego, ile razy możesz kontynuować działanie. Możesz ponieść porażkę lub odnieść sukces tyle razy, ile chcesz, a potem robić to w kółko. Ponadto, nigdy nie możesz uderzyć go poza park, jeśli początkowo nie nawiążesz kontaktu i nie wykonasz zamachu w kierunku płotów, a nigdy nie uderzysz go mocno, jeśli nie zdyscyplinujesz się, aby być za wszystko, gdy tego nie zrobisz podejmij działanie.

Wszyscy słyszeliśmy bajkę o żółwiu i zajęca. Sugerowana lekcja jest oczywiście taka, że żółw wygrywa, ponieważ brnie naprzód i nie spieszy się, podczas gdy zajęc biegnie, męczy się i traci szansę na wygraną. Powinniśmy wywnioskować, że powinniśmy być żółwiami — jednostkami, które stale i powoli zbliżają się do naszych celów. Gdyby w bajce był trzeci gracz, który miałby szybkość zajęca i niezłomność żółwia, paliłby ich obu i nie miałby konkurencji. Bajka została wtedy nazwana Smoked. Proponujemy, aby zbliżyć się do swoich celów, takich jak żółw i zajęc – atakując je bezwzględnie od samego początku, a także pozostając z nimi przez cały „wyścig”.

Pamiętaj: nie brakuje tego, ile razy możesz wstać i

kontynuuj! Nie ma porażki, chyba że zrezygnujesz! Niemożliwe jest, abyś „wykorzystał” całą swoją energię – lub kreatywność. Nie jest możliwe, aby zabrakło Ci pomysłów.

Nigdy nie stracisz umiejętności wymyślania nowych marzeń, więcej energii, kreatywnego myślenia, innego spojrzenia na sytuację lub wydarzenie, ponownego zadzwonięcia do kogoś, zastosowania innej taktyki czy działania z wytrwałością. Zawsze będzie kolejne rozdanie, kolejny dzień – i kolejna szansa. Jeśli bank, z którym współpracujesz, nadal napełnia cię nowymi zasobami energii, kreatywności i wytrwałości, to dlaczego nie iść na całość z każdej strony?

Przedsiębiorcy, a zwłaszcza sprzedawcy, najbardziej cierpią, gdy nie udają się na całość — temat, który omówiłem w mojej pierwszej książce „Sprzedać, aby przetrwać”. Wielu handlowców przypisuje sobie o wiele większe uznanie za próbę zamknięcia transakcji, niż na to zasługują, i uważa, że robią to znacznie częściej niż w rzeczywistości. W rzeczywistości większość z nich nigdy nie prosi o zamówienie ani razu, nie mówiąc już o rzekomych pięciu razy, które są konieczne.

Moja firma została niedawno zatrudniona do przeprowadzenia kampanii „tajemniczego sklepu” dla międzynarodowej firmy, aby określić, gdzie miały miejsce awarie w procesie sprzedaży. Próbowaliśmy zebrać informacje o tym, gdzie franczyzy najbardziej potrzebują pomocy. Odwiedziliśmy ponad 500 lokalizacji, aby zobaczyć, przez jaki procent czasu siły sprzedaży były w stanie pozycjonować klienta, aby nawet poprosić o zamówienie na produkt. Ku zdumieniu firmy, 63% sklepów nie przedstawiło klientowi nawet propozycji zakupu — a tym bardziej nie poproś o zakup naszego tajemniczego klienta! Ta firma miała wydać miliony na program szkoleń produktowych, podczas gdy w rzeczywistości nie było to problemem. Franczyzy i ich zespoły sprzedażowe obawiały się porażki lub odrzucenia i nigdy nawet nie rozegrały rozdania — a tym bardziej nie poszły na całość.

Jeśli przychodzi do Ciebie klient lub masz szansę stanąć przed nim i porozmawiać o swoim produkcie, ale nigdy nie przedstawisz propozycji, zapewniam, że nie zdobędziesz biznesu w 100 procentach przypadków. Społeczeństwo z powodzeniem nauczyło większość z nas, aby zachować ostrożność, a nie wchodzić na całość z każdym klientem i każdą szansą. Jest to utrwalane w świecie biznesu z takimi rzeczami, jak wskaźniki zamknięcia, które rzekomo odzwierciedlają wskaźnik sukcesu sprzedawcy. Powiem ci, co robię: jestem gotów iść na to z każdym klientem, za każdym razem i mieć najwyższy wskaźnik zamknięcia spośród wszystkich, ale najwyższą produkcję! Za wszystko. Nie obchodzi mnie, ile razy odpadnę, po prostu doładuję swoje żetony i zagram jeszcze raz!

Pomyśl o tym: jaka jest najgorsza rzecz, jaka może ci się przydarzyć, jeśli po prostu się na to zdecydujesz? Możesz stracić klienta, ale co z tego? Nadal masz nieograniczone zasoby, aby dać z siebie wszystko przy kolejnym kliencie. Masz wszystko do zyskania i nic do stracenia; po prostu musisz przemyśleć swoje podejście.

To prowadzi mnie do tematu nadmiernego zaangażowania, kolejnej „zmarszczonej” i niezrozumianej kwestii w dzisiejszym biznesie. Ile razy powiedziano ci, żebyś „zaniął zobowiązania i przesadzał?” Nigdy nie słyszałem czegoś tak niedorzecznego i śmiesznego. Założmy, że wystawiasz program na Broadwayu, który reklamujesz publicznie. Czy powinieneś ogłosić, że masz przeciętną obsadę zaledwie „przeciętną” zdolnością śpiewania – a potem poczekać do premiery, aby osiągnąć za dużo? Oczywiście nie. To zdanie sugeruje, że nadmierne zaangażowanie – lub przynajmniej pełne zaangażowanie – w jakiś sposób naraża Cię na niebezpieczeństwo. Jeśli nie będziesz w stanie dostarczyć zgodnie z obietnicą, druga strona będzie niezadowolona. Dlaczego by nie przesadzić w swojej obietnicy, a następnie przekroczyć, również przekraczając granice? Opowiedz wszystkim o swojej spektakularnej obsadzie na Broadwayu i zmuś ich, aby zobaczyli program na własne oczy.

Przesadzaj i przesadzaj !

Uważam, że im większe zaangażowanie podejmuję wobec klienta, tym wyższy naturalnie staje się mój poziom realizacji. To tak, jakbym obiecał im i sobie, że osiągniemy nowe poziomy tego, co mogę dla nich zrobić. Im więcej energii poświęcam rynkom, moim klientom lub mojej rodzinie, tym bardziej zamierzam dostarczyć dokładnie to, co obiecałem. To oczywiście wraca do działania z wysiłkiem 10X, a nie 1X. Łatwo jest komuś powiedzieć, że daje „110 procent”, ale potem nie w pełni się zaangażować – albo dlatego, że ta osoba zachowuje się bezpiecznie, albo boi się, że nie osiągnie wymaganego poziomu.

Częstym problemem, z którym boryka się prawie każda firma, jest tendencja do zwiększania liczby spotkań w celu przedstawienia produktu lub pomysłu. Ludzie, którzy proszą o spotkanie, nie chcą przesadzać z osobą, która musi poświęcić swój cenny czas, aby się z nimi spotkać. Wielkie roszczenia, nadmierne zaangażowanie i ekstremalne obietnice natychmiast oddzielą Cię od mas – a zatem zmuszą Cię do dostarczania na poziomach 10X. Jedynym sposobem na zwiększenie liczby spotkań jest zwiększenie liczby osób, z którymi rozmawiasz, a następnie przedstawienie powodów, dla których powinni znaleźć dla Ciebie czas.

To samo dotyczy każdego etapu procesu sprzedaży, niezależnie od tego, czy obejmuje on dalsze działania, ulotki, zwykłą pocztę, e-maile, media społecznościowe, rozmowy telefoniczne, wizyty osobiste, wydarzenia, spotkania czy jakiekolwiek inne podejmowane przez Ciebie działania. Zaangażuj swoją energię, zasoby, kreatywność i wytrwałość. Wiedz, że jesteś zaangażowany w każdą działalność, za każdym razem, gdy podejmujesz działania, każdego dnia, w którym prowadzisz działalność.

Teraz możesz się martwić — jak wiele osób — o to, że nie będziesz w stanie dostarczyć. I to z pewnością jest problemem; jednak, jak omówiliśmy wcześniej, potrzebne są nowe problemy. To znaki, że robisz postępy i zmierzasz we właściwym kierunku. Naucz się najpierw zatwierdzać i dowiedzieć się, jak pojawić się później.

Większość ludzi po prostu nigdy nie zwraca sobie głowy występami i zamiast tego spędza czas na próbach

owijać głowy wokół rzeczy, które mogą im się nigdy nie przydarzyć. Każdy, kto nie boryka się z nowymi problemami, ale zamiast tego boryka się z tymi samymi starymi problemami przez całe życie, nie idzie do przodu. Mówiąc prosto: jeśli nie stwarzasz sobie nowych problemów, oznacza to, że nie podejmujesz wystarczających działań.

Musisz zmierzyć się z nowymi problemami i dylematami, które zmuszą Cię do ciągłego znajdowania i tworzenia rozwiązań. Czy nie byłoby miło, gdybyś miał zbyt wielu ludzi do zobaczenia o 14 lub gdybyś stał w kolejce przed restauracją, ponieważ tak wiele osób czekało na stolik? Jedną z głównych różnic między ludźmi sukcesu i przegranych jest to, że ci pierwsi szukają problemów do rozwiązania, podczas gdy ci drudzy starają się ich uniknąć. Więc pamiętaj: przesadzaj, bądź w pełni zaangażowany i podejmuj ogromne poziomy akcji, po których następują ogromne ilości innych akcji. Stworzysz nowe problemy i będziesz dostarczać na poziomach, które zadziwią nawet Ciebie.

Exercise

What does it mean to go “all in”?

Why do most members of society discourage this?

What is the reason why salespeople fail?

Fill in the following: If you ___ commit and ___ deliver,
you'll make yourself grow because _____.

Why do we want new problems?

Rozdział 14

Rozwiń — nigdy nie kontraktuj

W momencie pisania tej książki nasz kraj wciąż przeżywa bardzo poważne napięcia gospodarcze. Bezrobocie i niepewność finansowa osiągają rozmiary niespotykane od czasów Wielkiego Kryzysu. Podczas poważnych skurczów gospodarczych, takich jak te, świat nabiera przekonania, by ograniczać, oszczędzać, być ostrożnym i ostrożnym. Chociaż ten sposób myślenia koncentruje się na samozachowaniu i ochronie aktywów, to właśnie ten rodzaj myślenia gwarantuje, że nigdy nie dostaniesz tego, czego chcesz. I chociaż większość świata znalazła się w stanie kurczenia się, niewielki procent ludzi i firm nadal kapitalizuje, rozwijając się. Ci ludzie rozumieją, że te czasy zaostrzenia są wyjątkową okazją do odebrania tym, którzy przyjmują postawę obronną, zmniejszając wydatki.

Ponieważ kontraktowanie jest formą wycofywania się, narusza koncepcję zasady 10X, która wymaga, abyś nadal działał, produkował i tworzył w ogromnych ilościach, niezależnie od sytuacji lub okoliczności. Przyznam, że ekspansja może być bardzo trudna i sprzeczna z intuicją, podczas gdy inni podejmują działania ochronne. Jest to jednak podejście, które musisz przyjąć, aby wykorzystać nadarzającą się okazję. Pamiętaj: niezależnie od tego, co dzieje się na świecie w danym momencie, większość ludzi nie podejmuje masowych działań. Chociaż oczywiście zdarzają się sytuacje, w których musisz bronić, wycofywać się i oszczędzać, powinieneś robić to tylko przez krótki czas – aby przygotować się do wzmacnienia i ponownego ataku. Nigdy nie zaciągnąłbyś się w ramach ciągłego wysiłku biznesowego. Chociaż często słyszmy doniesienia o firmach, które upadły z powodu zbyt szybkiego rozwoju, sprawa dla wielu z nich prawdopodobnie nie była taka prosta. Większość firm upada nie dlatego, że pozostają w ofensywie, ale dlatego, że nie przygotowują się odpowiednio do ekspansji i nie mogą zdominować sektora.

Idea stałej, niezachwianej ekspansji jest sprzeczna z intuicją, a nawet niepopularna; jednak oddzieli cię od reszty paczki bardziej niż jakakolwiek inna pojedyncza aktywność. Zadanie rozszerzania się, gdy inni się kurczą, nie powinno być sprowadzane do jakiejś uproszczonej koncepcji. To bardzo trudna dyscyplina do zastosowania w prawdziwym świecie. Jednak gdy już wejdziesz w rytm, który stanie się twoją wrodzoną metodą reagowania, zdolność do ciągłego, nieustępliwego atakowania dowolnej aktywności ustąpi miejsca ruchowi do przodu. Wszelkie nieporozumienia z tym mają miejsce, ponieważ większość ludzi atakuje tylko do momentu, w którym napotykają opór – a potem się wycofują. To trochę jak rzucenie wyzwania szkolnemu tyranowi, a potem ucieczka; zawsze źle się to kończy. Jeśli podejdziesz do badań w ten sposób, rynek, Twoi klienci i konkurencja nie uwierzą, że jesteś za-

uporczywy atak. Dlatego będą ci grozić lub krytykować – a ty się wycofasz. Pomyślisz, że to nie zadziałało – ale jedynym powodem, dla którego nie zadziałało, jest to, że nie trzymałeś się go wystarczająco długo, aby rynek, Twoi klienci i konkurencja w końcu oddali się Twoim wysiłkom. Powtarzające się ataki przez dłuższy czas zawsze będą skuteczne.

Musisz wdrożyć taktykę ekspansji niezależnie od tego, czy zachęca Cię do tego gospodarka i otoczenie. Mówię to, ponieważ żyjemy w społeczeństwie, które przez większość czasu promuje kurczenie się, a kiedy wspiera ekspansję, zazwyczaj jest za późno w cyklu – stąd niedawny krach. Wiadomość o skurczu powinna służyć jako wskazówka, abyś zrobił coś przeciwnego. Nigdy nie chcesz ślepo podążać za masami; prawie zawsze się mylą. Zamiast podążać za paczką, prowadź ich! Wyjściem jest ekspansja, naciskanie i podejmowanie działań — niezależnie od tego, co mówią i robią inni.

Obserwowałem, jak inni w moim sektorze odcinają personel i dolary na awans podczas niedawnej recesji – co dało mi zielone światło, by wzmacnić własne siły. Nie ograniczałem pracowników ani wydatków promocyjnych. Zamiast tego zwiększyłem oba. Chociaż widziałem, jak nasze dochody zmniejszają się w porównaniu z resztą świata, zdecydowałem się obniżyć własną pensję jako alternatywę. Przekierowałem te pieniądze na promocję firmy, co pomogło mi zwiększyć zasięg i odebrać udział w rynku innym organizacjom, które się wycofywały. W rzeczywistości wydałem więcej pieniędzy na reklamę, marketing i promocję w ciągu tych 18 miesięcy niż przez 18 lat! Zdaję sobie sprawę, jakie to było sprzeczne z intuicją. W pełni przyznaję, że było to przerażające i często domyślałem się swoich działań. Wiedziałem jednak, że jeśli będę mógł dalej posuwać się do przodu, osiągnę wspaniały teren.

Jeszcze ważniejsze niż wydane przeze mnie pieniądze były wymagania, jakie stawiałem sobie i swoim pracownikom, aby wielokrotnie rozszerzać wykorzystanie naszych najcenniejszych zasobów: energii, kreatywności, wytrwałości i kontaktu z naszymi klientami. W ten sposób natychmiast zwiększyliśmy produkcję w każdym obszarze: rozmowy telefoniczne, e-maile, biuletyny elektroniczne, posty w mediach społecznościowych, wizyty osobiste, rozmowy, telekonferencje, webinaria, konferencje Skype i tym podobne. W ciągu półtora roku opublikowałem trzy książki, wprowadziłem cztery nowe programy sprzedażowe, wyprodukowałem ponad 700 segmentów materiałów szkoleniowych dla wirtualnej strony szkoleniowej, przeprowadziłem 600 wywiadów radiowych, napisałem ponad 150 artykułów lub wpisów na blogu i dokonałem tysięcy osobiste rozmowy telefoniczne. Podczas gdy reszta świata się wycofała, my rozszerzyliśmy się na każdym możliwym froncie.

Prawie wszyscy na świecie byli przekonani, że ich jedną zbawczą łaską było zbawić — tak też było. Zawsze intryguje mnie, że kiedy ludzie zaczynają oszczędzać pieniądze, od razu zaczynają oszczędzać wszystko inne — prawie

automatycznie. To tak, jakby umysł nie był w stanie odróżnić oszczędzania papierowych rachunków lub numerów w banku od oszczędzania energii, kreatywności i wysiłku. Cały świat wstrzymywał się w wydatkach zarówno dolarów, jak i wysiłku, podczas gdy tylko kilka osób się rozwinęło. Jak myślisz, kto znał się na szczytach?

Ludzie pytali mnie, jak – i dlaczego – zdecydowałem się rozwijać, kiedy sprawy były tak niepewne. Moja odpowiedź brzmiała: „Wolałbym umrzeć w ekspansji niż w kurczeniu się. Wolałbym nie iść naprzód, niż cofać się”. Zastanów się sam: na którym z czterech stopni działania przedstawionych w rozdziale 7 decydujesz się działać? Jeśli pozwolisz ekonomii decydować o twoim wyborze, nigdy nie będziesz kontrolować swojej własnej gospodarki.

Rozwiążanie? Zejdź z kanapy, wyjdź z domu i wejdź na rynek! Stań przed klientami, szukaj okazji i pokaż, że robisz postępy na rynku. Wycofaj się tylko na krótkie chwile, jeśli to konieczne, aby wzmacnić zasoby, abyś mógł przygotować się do ekspansji z jeszcze większą aktywnością.

Twoja energia, wysiłek, kreatywność i osobowość są warte więcej niż dolary, które ludzie tworzą i drukują maszyny. I chociaż wydawanie pieniędzy jest najczęstszym sposobem rozwoju firm, z pewnością nie jest to jedyny sposób — i nie jest tak cenny, jak konsekwentne i wytrwałe podejmowanie działań 10X.

Pamiętaj 10X, kochanie. Chcesz się rozwijać, aby zdominować swój sektor i zwrócić uwagę na siebie poprzez podejmowanie ogromnych działań. Tylko wtedy będziesz mógł poszerzyć swoje kontakty, wpływy, powiązania i widoczność w celu tworzenia nowych problemów. Będziesz wtedy dalej się rozwijać, aż wszyscy — w tym twoi rzekomi konkurenci — będą wiedzieć, że jesteś dominującym graczem 10X i zawsze będą kojarzyć twoje imię z tym, co robisz.

Exercise

What are some ways you can expand that only require energy and creativity, not money?

When have you ever benefited from contraction?

When have you expanded your efforts? What results did you see?

Rozdział 15

Spal miejsce w dół

Gdy wykonasz 10-krotne działania i zacznesz uzyskiwać przyczepność, musisz kontynuować dokładanie drewna do ognia, dopóki nie rozpalisz ognia lub ogniska – albo spalisz to miejsce. Nie odpoczywaj i nie przestawaj — nigdy. Nauczyłem się tego na własnej skórze po osiągnięciu wielu sukcesów i spoczeti na laurach. To często popełniany błąd. Nie rób tego! Układaj drewno w stosy, aż ogień będzie tak gorący i pali się tak jasno, że nawet konkurencja lub zmiany na rynku nie zdołają ugasić Twojego ognia. Twój ogień musi być nadal podsycany, a to oznacza więcej drewna, więcej paliwa, aw twoim przypadku więcej działań. Kiedy zacznesz działać w ten sposób, kontynuacja stanie się niemal drugą naturą — ponieważ będziesz wygrywać.

Najłatwiejsze i najbardziej naturalne jest dalsze podejmowanie masowych akcji, gdy wygrywasz — a wygrana jest możliwa tylko w przypadku masowych akcji.

Kiedy zacznesz „podgrzewać sprawy”, szybko stanesz się świadomy – a nawet obsesyjny – możliwości, które masz przed sobą i zacznesz dostrzegać nowe poziomy pozytywnych rezultatów. Twoje działania zaczną się utrzymać jak koło zamachowe, które po uruchomieniu będzie nadal działać. Newton mówił o prawie bezwładności: Obiekt w ruchu nadal się porusza. Kontynuuj działanie, aż nie będziesz w stanie zatrzymać swojego pędu naprzód. Możesz nawet zauważyć, że pracujesz na mniejszej ilości snu i jedzenia, ponieważ dosłownie utrzymujesz się dzięki adrenalinie generowanej przez twoje zwycięstwa. Mniej więcej w tym czasie ludzie zaczną oferować ci podziw — a potem rady. Uważaj szczególnie na tych, którzy sugerują, że „zrobiłeś wystarczająco dużo” lub radzą ci odpocząć lub odpocząć. Teraz nie czas na odpoczynek i świętowanie; czas na więcej akcji. Andy Grove, jeden z pierwszych pracowników Intel Corporation, ukuł powiedzenie: „Tylko paranoicy przetrwają”.

Chociaż nie polecam spędzania całej swojej kariery w stanie paranoi, wierzę, że musisz pozostać zaangażowany w podejmowanie działań. Nawet po osiągnięciu sukcesów po drodze kontynuuj podejmowanie kolejnych działań, aby przekroczyć swoje cele. Nadejdzie czas na świętowanie lub wakacje. W tej chwili musisz dokładać drewna, aż ogień będzie tak gorący, że nikt – i nic – nie będzie w stanie ugasić twoich sukcesów.

Jednym z problemów związanych z sukcesem jest to, że wymaga on ciągłej uwagi. Sukces ma tendencję do błogosławienia tych, którzy są najbardziej zaangażowani w poświęcanie mu największej uwagi. To trochę jak trawnik lub ogród; bez względu na to, jak będą zielone lub piękne kwiaty, musisz nadal o nie dbać. Musisz nadal kosić, przycinać, podcinać, podlewać i sadzić; w przeciwnym razie twoja trawa stanie się brązowa, a kwiaty umrą. Tak też jest w przypadku sukcesu. Nie ma odwrotu dla tych, którzy chcą to stworzyć i zachować. Mitem jest wiara w to, że odnoszący sukcesy „odbijają się” i przestają podejmować te same wysiłki, które przede wszystkim przyniosły im spełnienie.

Zawsze miej na uwadze te cztery czynności — nic nie robienie, wycofywanie się, podejmowanie średniej ilości działań i podejmowanie ogromnych działań. Zasada 10X oznacza, że osiągniesz sukces w ilościach na tyle dużych, że będziesz mieć stałą kontrolę. Ci, którzy chcą się zbliżyć i ludzie, którzy się zbliżyli, przestali dodawać drewno, a potem się wycofali. Masywna akcja ma na celu przenieść Cię obok rówieśników i zejść z „bieżni”. Najlepszym sposobem, aby przestać martwić się konkurencją i niepewnością, jest rozpalenie ogniska tak dużego i tak gorącego, że wszyscy na świecie — nawet konkurenci — przychodzą do niego, by się ogrzać. Należy pamiętać, że większość konkurencji tworzą ci, którzy nie chcą działać na wyższych poziomach działania, którzy jedynie naśladowują wysiłki innych. Drewna nigdy nie starczy na twoim ogniu. Nigdy nie możesz podejmować zbyt wielu działań ani odnosić zbyt wielu sukcesów. Nie ma czegoś takiego, jak o tym, o czym mówi się lub pisze w nadmiarze, zbyt często okrywanie, otrzymywanie zbyt dużego autorytetu lub zbyt dużo pracy. Są to po prostu twierdzenia, które przeciętni ludzie wysuwają, aby uzasadnić własne decyzje, aby być szczęśliwym ze status quo.

Jak możesz kiedykolwiek podjąć zbyt wiele działań, gdy masz nieskończoną zdolność tworzenia nowych działań? Spójrz na wielkich graczy na tej planecie. Żadnemu z nich nigdy nie „brakuje” energii, wysiłków, ludzi, pomysłów czy zasobów. Cieszą się darami obfitości, ponieważ tworzą obfitość w swoich przedsiębiorstwach. Więc zamiast nienawidzić ich, podziwiaj ich i naśladowuj. Jeśli to zrobisz, przekonasz się, że im bardziej zaangażujesz się w nowe działania, tym bardziej będziesz kreatywny. To tak, jakby otwierała się twoja wyobraźnia i po prostu wylewają się z niej nowe możliwości. Niekoniecznie nawet kreatywność jest tak genialna, ale zdolność do podejmowania ogromnych działań, które skłaniają.

Niedawno spotkałem się z bardzo znaną firmą PR w Los Angeles, której członkowie sugerowali, że grozi mi „prześwietlenie” — coś, co uważałem za niezwykle dziwny pomysł. Pojęcie nadmiernej ekspozycji — idea, że można zbyt wiele o kimś zobaczyć lub usłyszeć — opiera się na założeniu, że dana osoba nie generuje nowych pomysłów i produktów. U podstaw leży przekonanie, że prześwietlona osoba lub produkt w jakiś sposób straci swoją wartość. Ale weź pod uwagę następujące kwestie: Coca-Colę znają prawie wszyscy na Ziemi. Produkty firmy można znaleźć w prawie każdym sklepie, barze, samolocie i hotelu na świecie. Czy jest prześwietlony? Czy powinien ukrywać swoje produkty?

Czy firma powinna powstrzymywać się w obawie, że Coca-Cola straci na wartości, ponieważ zbyt wiele osób o niej słyszy i używa? Wydaje się to dość śmieszny sposobem myślenia. Istnieją niezliczone inne przykłady produktów i firm, które to potwierdzają — Microsoft, Starbucks, McDonald's, Wells Fargo, Google, Fox TV, Marlboro, Walgreens, Exxon, Apple, Toyota — a nawet

niektórych osobistości sportowych i celebrytów. Chociaż nadmierna ekspozycja zwykle nie jest problemem, z pewnością może być niejasność. Pamiętaj: Jeśli mnie nie znasz (lub nie wiesz o mnie), nie ma znaczenia, jak dobry jest mój produkt ani jak niska jest moja cena. A nawet gdyby tak było, wolałbym być prześwietlony, niż stanąć w obliczu niejasności.

Smutnym, ale prawdziwym faktem jest to, że większość ludzi nawet nie zbliża się do rozpalenia ogniska. Są albo źle wykształceni, zaprogramowani społecznie, by zadowalać się mniej, albo obawiają się, że ich działania w jakiś sposób wymkną się spod kontroli. Obiecuję, że tak się nie stanie. Musisz rozpalić swój ogień tak duży i tak gorący, że nie tylko spalisz dom, ale spalisz wszystko na swojej drodze. Idź na całość — a potem idź dalej, aż twój ogień rozpali się tak gorąco, że ludzie będą podziwiać twoją zdolność do działania. Nie przejmuj się oporem, który napotkasz ze strony rynku lub konkurencji. Zejdą ci z drogi, gdy zobaczą, że jesteś siłą, z którą należy się liczyć.

Exercise

What is the fire you have always wanted to start and add wood to?

What three things could you do to add wood to that fire?

Who can you get support from in order to continue stoking your fire?

Rozdział 16

Strach jest wielkim wskaźnikiem

Wcześniej czy później doświadczysz strachu, kiedy zaczniesz podejmować nowe działania na nowych poziomach. W rzeczywistości, jeśli nie, to prawdopodobnie nie robisz wystarczająco dużo właściwych rzeczy. Strach nie jest zły ani czymś, czego należy unikać; odwrotnie, jest to coś, czego chcesz szukać i objąć. Strach jest właściwie znakiem, że robisz to, co jest potrzebne, aby iść we właściwym kierunku.

Brak obaw sygnalizuje, że robisz tylko to, co jest dla ciebie wygodne – a to tylko zapewni ci więcej tego, co masz w tej chwili. Choć może to zabrzmieć dziwnie, chcesz się bać, dopóki nie będziesz musiał przejść na nowe poziomy, aby ponownie doświadczyć strachu. Właściwie jedyną rzeczą, która mnie przeraża, jest całkowity brak strachu.

Czym właściwie jest strach? Czy to istnieje? Czy jest to prawdziwe? Wiem, że to wydaje się prawdziwe, kiedy tego doświadczasz, ale przyznaj: przez większość czasu to, czego się boisz, nawet się nie pojawia. Mówiąc, że FEAR to skrót od False Events Appearing Real, co trafnie sugeruje, że większość tego, czego się boisz, nigdy się nie spełni. Strach w większości jest wywołyany emocjami, a nie racjonalnym myśleniem. W mojej skromnej ocenie emocje są szalenie przeklamowane – i kozłem ofiarnym, którego wielu ludzi używa, by nie działać. Ale niezależnie od tego, czy zgadzasz się z moim zdaniem na temat emocji, musisz przeformułować swoje rozumienie strachu i wykorzystać je jako powód, by iść naprzód, a nie jako wymówkę, by się zatrzymać lub wycofać. Użyj tego często unikanej uczucia jako zielonego światła, które zasygnalizuje ci, co powinieneś zrobić!

Są szanse, że kiedy byłeś dzieckiem, znajdowałeś strach w irracjonalnych rzeczach — na przykład w straszydłach pod łóżkiem. Był to wskaźnik, aby sprawdzić swoją szafę i ciemne zakamarki pokoju, aby zobaczyć, co się czai. Ale jak wszystkie dzieci w końcu odkrywają, boogeyman nie istnieje nigdzie poza twoją głową. Dorośli mają swoich „boogeymenów” — nieznane, odrzucenie, porażkę, sukces i tak dalej. A te straszydła również powinny być sygnałem do podjęcia działań.

Na przykład, jeśli boisz się zadzwonić do klienta, to znak, że powinieneś zadzwonić do tego klienta. Strach przed rozmową z szefem jest wskazówką, że powinieneś wkroczyć do jego biura i poprosić o chwilę jego czasu. Strach przed złożeniem wniosku o biznes klienta oznacza, że musisz poprosić o biznes — a potem pytać dalej.

Zasada 10X zmusza Cię do oddzielenia się od wszystkich innych na rynku. A robisz to poprzez — jak już wcześniej podkreślałem — robienie tego, czego inni odmawiają. Tylko w ten sposób wyróżnisz się i zdominujesz swój sektor.

Każdy odczuwa strach na pewnym poziomie, a ponieważ rynek składa się z ludzi wchodzących w interakcję zarówno z produktami, jak i ze sobą, rynek będzie stawił czoła strachowi w taki sam sposób, jak Ty i Twoi rówieńscy. Ale zamiast widzieć

Strach jako znak do ucieczki – tak jak zrobi to większość innych ludzi na rynku – musi stać się Twoim wskaźnikiem, aby odejść.

Sam radzę sobie z tym dylematem, pomijając w równaniu czas — ponieważ to czas napędza strach. Im więcej czasu poświęcasz obiekowi swoich lęków, tym staje się on silniejszy. Więc zagłóż strach przed ulubionym jedzeniem, usuwając czas z jego menu. Założymy na przykład, że Jan musi zadzwonić do klienta, zadanie, które natychmiast wywołuje u niego niepokój. Więc zamiast podnieść słuchawkę i od razu zadzwonić, dostaje filiżankę kawy i myśli o tym, co zamierza zrobić. Jego długa kontemplacja tylko powoduje, że jego strach rośnie, ponieważ wyobraża sobie wszystkie sposoby, w jakie rozmowa może pójść źle i wszystkie potencjalnie straszne rzeczy, które mogą się wydarzyć. Jeśli zostanie skonfrontowany, prawdopodobnie stwierdzi, że musi się „przygotować”, zanim wykona sprawdzenie. Ale przygotowanie jest jedynie wymówką dla tych, którzy nie trenowali właściwie – i którzy wykorzystują to jako powód do usprawiedliwienia swojej niechęci w ostatniej chwili. John musi wziąć głęboki oddech, odebrać telefon i po prostu zadzwonić. Przygotowanie na ostatnią chwilę to tylko kolejny sposób na podsycenie strachu, który będzie się nasilał wraz z upływem czasu. Nic się nie dzieje bez działania.

Strach nie tylko mówi ci, co masz zrobić; informuje również, kiedy to zrobić. Zadaj sobie pytanie, która jest godzina w dowolnym momencie dnia, a odpowiedź jest zawsze taka sama: teraz. Czas jest zawsze teraz – a kiedy doświadczasz strachu, jest to znak, że najlepszy czas na podjęcie działania jest właśnie w tym momencie. Większość ludzi nie zrealizuje swoich celów, gdy upłynie wystarczająco dużo czasu od powstania ich pomysłu do faktycznego zrobienia z nim czegoś; jeśli jednak usuniesz czas z procesu, będziesz gotowy do pracy. Po prostu nie ma innego wyjścia niż działać. Nie ma potrzeby się przygotowywać. Kiedy już zajdziesz tak daleko, będzie na to za późno.

Teraz jedyną rzeczą, która zrobi różnicę, jest działanie. Każdy miał doświadczenie niewykonania czegoś, co chciał zrobić. Być może zanim „przygotowałaś się” do zrobienia czegoś, ktoś inny podjął działania – a teraz tego żałujesz. Porażka przybiera wiele form; dzieje się to niezależnie od tego, czy działaś, czy nie. Bez względu na wynik, powiedziałbym, że o wiele lepiej jest ponieść porażkę, robiąc coś, niż ponieść porażkę przez nadmierne przygotowanie, gdy ktoś inny podchodzi i zgarnia twoje sny.

Ten scenariusz występuje w biznesie na co dzień. Ludzie poświęcają swoim lękom znacznie więcej czasu, niż na to zasługują. Czekają na osobistą wizytę lub telefon, napisanie e-maila lub przedstawienie propozycji, ponieważ boją się wyniku.

Niezliczone osoby mają te same wymówki, dlaczego „nie jest to dobry czas” na podjęcie działań. Klient wyjeżdża z miasta. Klient właśnie wrócił do miasta. To koniec lub początek miesiąca. Klienci byli w

spotkania przez cały dzień. Zaraz idą na spotkania. Po prostu coś kupili. Nie mają budżetów. Cofają się. Biznes jest zły.

Nastąpiła zmiana w kierownictwie lub personelu. Nie chcę ich „podsłuchiwać”. I tak nigdy nie oddzwaniają na moje telefony. Nikt inny nie może ich sprzedać. Są nierealne. Nie wiem co powiedzieć. Nie jestem jeszcze gotowy. Właśnie dzwoniłem do nich wczoraj . . . i tak dalej.

Wszystkie wymówki na świecie nie zmienią jednego prostego faktu: strach jest znakiem, aby zrobić to, czego się boisz – i to szybko. Moja żona ciągle mi powtarza, że „wydaję się nieustraszony”. Prawda jest wręcz przeciwna; Przez większość czasu się boję. Jednak odmawiam czasu na karmienie swojego strachu i pozwalam mu się wzmacnić. Zamiast tego decyduję się na szybkie załatwienie spraw. Nauczyłem się, że po prostu lepiej dla mnie jest takie podejście. Doświadczysz tego samego, kiedy w końcu będziesz w stanie się zanurzyć i zrobić to, czego się boisz. W rzeczywistości będziesz zdumiony tym, jak bardzo stajesz się silniejszy i o ile pewniejszy jesteś w robieniu nowych rz

Szybkie i powtarzalne podejmowanie ogromnych działań sprawi, że na rynku będziesz wyglądać na nieustraszonego. Osoba, która podejmie działania w związku z tym, czego najbardziej się boi, będzie tą, która najbardziej promuje swoją sprawę. Niech reszta rynku podda się niepokojowi i niepotrzebnie przygotuje się na fałszywe zdarzenia, które wydają się prawdziwe. Masz zadanie do wykonania.

Strach jest jedną z najbardziej obezwładniających emocji, jakich może doświadczyć człowiek. Unieruchamia ludzi, a często ostatecznie uniemożliwia im dążenie do swoich celów i marzeń. Każdy boi się czegoś w życiu; jednak to, co każdy z nas robi z tym strachem, odróżnia nas od innych. Kiedy pozwolisz, by strach cię cofnął, tracisz energię, rozpęd i pewność siebie – a twoje lęki będą tylko rosły.

Czy kiedykolwiek oglądałeś jakiegoś performerę „jedzącego ogień”? Wygląda na to, że sztuczka polega na całkowitym wyczerpaniu tlenu, którego ogień wymaga do życia. Odsuń się zbyt wcześnie, a tlen uzupełni ogień, który oczywiście cię spali. To samo dotyczy strachu. Jeśli cofniesz się od niego choćby trochę, dasz mu tlen, którego potrzebuje, by przeżyć. Więc oddaj się całkowicie, usuń czas z równania – a zgaśniesz swoje lęki i będziesz mógł podjąć więcej działań.

Jedz swoje lęki; nie karm ich, wycofując się lub dając im czas na rozwój. Naucz się szukać i używać strachu, aby dokładnie wiedzieć, co musisz zrobić, aby go przewyciążyć i rozwijać swoje życie. Każda znana mi osoba odnosząca sukcesy używa strachu jako wskaźnika do określenia, które działania przyniosą największy zwrot. Używam go w swoim życiu, przy każdej okazji, aby pozostać świadomym, że się rozwijam i rozwijam. Jeśli nie odczuwasz strachu, nie podejmujesz nowych działań

i rośnie. To takie proste. Stworzenie wspaniałego życia nie wymaga pieniędzy ani szczęścia; wymaga umiejętności pokonywania lęków z szybkością i mocą. Strach, podobnie jak ogień, nie jest czymś, od czego powinieneś się odsuwać. Powinna być raczej wykorzystywana do napędzania działań w twoim życiu.

Exercise

What are your three biggest fears?

Whom do you fear contacting who could help you or improve your business?

What did you learn about fear in this chapter?

Mit zarządzania czasem

Powinienem rozpocząć ten rozdział od przyznania, że w żadnym wypadku nie uważam się za wielkiego menedżera. Nie byłem też świetnym planistą. W rzeczywistości nigdy nawet nie napisałem biznesplanu. Jednak zawsze byłem w stanie skutecznie zarządzać sobą na tyle dobrze, aby budować wiele firm od podstaw. Zarządzanie czasem nigdy nie było czymś, co uważałem za wartościowe, mimo że spędzałem czas na rzeczach, które uważam za najbardziej wartościowe.

Podczas moich seminariów często otrzymuję pytania dotyczące zarządzania czasem i równowagi. Przez całą moją karierę odkryłem, że ludzie, którzy najbardziej interesują się zarządzaniem czasem i równowagą w swoim życiu, to ci, którzy wierzą w pojęcie „niedoborów”, o którym mówiliśmy we wcześniejszym rozdziale. Większość nie wie nawet, ile czasu ma do dyspozycji ani jakie zadania są najbardziej potrzebne do wykonania w tym czasie. Jeśli nie wiesz, ile masz czasu — lub ile potrzebujesz — to jak, u licha, możesz oczekiwąć, że uda ci się nim zarządzać i zrównoważyć go?

Pierwszą rzeczą, którą musisz zrobić, to uczynić sukces swoim obowiązkiem poprzez ustalenie wyraźnych i definitywnych priorytetów. Oczywiście nie mogę tego dla ciebie zrobić; każdy ma inne priorytety. Jednakże, jeśli sukces jest dla Ciebie główną troską, sugerowałbym, abyś spędzał większość czasu na robieniu rzeczy, które przyniosą sukces. Oczywiście nie wiem, co oznacza sukces w twoim życiu. Może dotyczyć różnych osób i rzeczy: finansów, rodziny, szczęścia, duchowości, dobrego samopoczucia fizycznego lub emocjonalnego — lub, jeśli jesteś taki jak ja, wszystkich! I pamiętaj — mogą to być wszystkie. Osobiście nie interesuje mnie równowaga; Interesuje mnie obfitość w każdej dziedzinie. Myślę, że nie powinienem poświęcać jednego na rzecz drugiego. Ludzie sukcesu myślą w kategoriach „wszystko”, podczas gdy ludzie, którym się nie udało, mają tendencję do nakładania na siebie ograniczeń. Mogą wierzyć, że „Jeśli jestem bogaty, nie mogę być szczęśliwy” lub „Jeśli dobrze prosperuję w mojej karierze, nie będę miał czasu, aby być dobrym ojcem, mężem lub osobą duchową”. W rzeczywistości warto zauważać, że ludzie, którzy ograniczają to, co jest dla nich dostępne, są również najbardziej skłonni do mówienia o „równowadze”.

Jest to jednak wadliwy sposób myślenia, którego nie rozwiąże ani zarządzanie czasem, ani równowaga.

Jeśli o mnie chodzi, nie ma sensu martwić się o zarządzanie czasem i równowagę. Pytanie, które powinni zadać, brzmi: „Jak mogę mieć to wszystko pod dostatkiem?” Ludzie sukcesu osiągnęli rzeczy, których pragną

w ilościach tak wielkich, że nikt nie może ich zabrać. A jak osoba może uważać się za odnoszącą sukcesy, jeśli nie jest szczęśliwa? Co za szczęście, że nie jesteś w stanie zapłacić rachunków, utrzymać rodziny lub martwić się o swoją przyszłość? W momencie, gdy osiągniesz jeden cel, który sobie wyznaczyłeś, nadszedł czas, aby ustalić nowy cel. Przestań myśleć w kategoriach albo/albo i zacznij myśleć w kategoriach wszystkiego i wszystkiego.

Kiedy to pisałem, klient wysłał mi wiadomość z pytaniem: „Czy kiedykolwiek odpoczywasz?” Żartobliwie odpisałem mu w ciągu kilku sekund: „NIGDY!” Oczywiście, że tak – jak każdy inny człowiek. Wiem jednak również, ile mam czasu, jakie są moje priorytety i że moim obowiązkiem, obowiązkiem i odpowiedzialnością jest podążanie za nimi w czasie, który mam. Wzywam cię, abyś śledził, jak spędzasz wolny czas, na przykład w dzienniku. Większość ludzi nie ma pojęcia, co robią ze swoim czasem, ale wciąż narzekają, że nie mają dość.

Każda osoba ma 168 godzin tygodniowo, a na podstawie typowego 40-godzinnego tygodnia pracy, przeciętny pracownik w USA jest produktywny tylko 37,5 z tych 168 godzin (30 minut na lunch każdego dnia). I jest mało prawdopodobne, aby większość ludzi faktycznie pracowała przez całe 37,5 godziny. W rzeczywistości przeciętna osoba spędza 22,3 procent swojego dostępnego czasu w pracy, 33,3 procent śpi, a następnie 16,6 procent przed telewizorem lub w Internecie — a te porównania zakładają, że dana osoba spędza 100 procent swojego czasu w pracy faktycznie działa! Wtedy ci sami ludzie martwią się o równowagę i zarządzanie czasem. Ale brak równowagi zawsze pojawi się, gdy nie zrobisz wystarczająco dużo czasu, który masz.

Podczas gdy większość ludzi twierdzi, że ceni czas, wielu wydaje się nie wiedzieć o nim zbyt wiele. Kto tworzy czas? Czy tworzysz swój własny czas, czy robi to ktoś inny? Co możesz zrobić, aby wygospodarować więcej czasu? Co oznacza wyrażenie „czas to pieniądz”? Jak traktujesz czas, aby mieć pewność, że Twój czas to pieniądz? Jaka jest najważniejsza rzecz, którą powinieneś zrobić ze swoim czasem? Wszystkie te pytania są warte rozważenia i wymagają Twojej uwagi, aby maksymalnie wykorzystać czas.

Załóżmy, że masz 75 lat życia; to około 657 000 godzin lub 39 420 000 minut w tym życiu. Weź dowolny dzień tygodnia; masz średnio 3900 poniedziałków, wtorków, środy, itd. Teraz – oto przerzążająca część – jeśli masz 37 lat, to pozostało ci tylko 1950 środy. Co by było, gdybyś miał tylko 1950 dolarów na swoje imię? Czy obserwowałbyś, jak się wymyka, czy zrobiłbyś wszystko, co w twojej mocy, aby to zwiększyć? Uważam, że przez 1950 godzin mogę zrobić więcej niż większość ludzi. Jedyny sposób, aby

zwiększenie czasu to zrobienie więcej w czasie, który masz. Jeśli wykonam 15 telefonów w ciągu 15 minut, a Ty wykonasz 15 w godzinę, to w zasadzie stworzyłem sobie 45 minut. W ten sposób reguła 10X umożliwia mnożenie czasu. Jeśli zatrudnię kogoś i zapłacę tej osobie 15 dolarów za godzinę, aby wykonał 15 telefonów co 15 minut, po prostu powieczę swoje wysiłki – a mój czas stał się pieniędzmi.

Aby naprawdę zrozumieć, zarządzać, zmaksymalizować i wycisnąć każdą okazję z czasu, który masz, musisz w pełni zrozumieć i docenić, ile z tego masz do dyspozycji. Najpierw musisz przejąć kontrolę nad swoim czasem — nie pozwól, aby inni to robili. Jeśli słuchasz, jak ludzie dyskutują na temat czasu — zwłaszcza w odniesieniu do ilości, jaką mają w pracy — prawdopodobnie usłyszysz wiele narzekan. Ludzie zachowują się tak, jakby praca była czymś, przez co trzeba przejść, ale w rzeczywistości poświęcają bardzo mało czasu nawet na jej wykonywanie. Większość ludzi pracuje tylko na tyle, aby czuć się jak praca, podczas gdy ludzie sukcesu pracują w tempie, które przynosi tak satysfakcjonujące wyniki, że praca jest nagrodą. Ludzie, którzy naprawdę odnoszą sukcesy, nawet nie nazywają tego pracą; dla nich to pasja. Czemu? Ponieważ robią wystarczająco dużo, aby wygrać!

Łatwym sposobem na osiągnięcie równowagi jest po prostu cięższa praca w biurze. To nie tylko da ci więcej czasu; pozwoli ci doświadczyć korzyści płynących z twojej pracy i sprawi, że poczujesz się mniej jak praca, a bardziej jak sukces.

Spróbuj przyjąć takie podejście: bądź wdzięczny za pójście do pracy i zobacz, ile możesz zrobić w czasie, który masz. Niech to będzie wyśig, wyzwanie — spraw, by było zabawne.

Pierwszą rzeczą do zrobienia podczas zarządzania czasem i szukania równowagi jest podjęcie decyzji, co jest dla Ciebie ważne. W jakich obszarach najbardziej chcesz osiągnąć sukces i w jakich ilościach? Zapisz je w kolejności ważności. Następnie określ całkowitą ilość dostępnego czasu i zdecyduj, gdzie zamierzasz przeznaczyć czas na każde z tych przedsięwzięć. Kolejna ważna rzecz do zrobienia: rejestruj, jak codziennie spędzasz czas — i mam na myśli każdą sekundę. Pozwoli ci to zobaczyć wszystkie sposoby, w jakie marnujesz czas — małe nawyki i czynności, które w żaden sposób nie przyczyniają się do Twojego sukcesu. Każde działanie, które nie polega na dodawaniu drewna do ognia, zostało uznane za marnotrawstwo — pomyśl o Xbox, pokerze online, oglądaniu telewizji, drzemkach, piciu, robieniu przerw na palenie — lista potencjalnych możliwości jest nieskończona. Brutalne, prawda? Tak, ale jeśli nie będziesz zarządzać swoim czasem, obiecuję, że go zmarnujesz.

Oczywiście w trakcie twojego życia i kariery wszystko się zmieni. Stajesz się starszy. Osiągasz, a następnie generujesz nowe cele. Do twojego świata wkraczają różne rzeczy i ludzie. Wszystkie te zmiany wymagają ciągłego modyfikowania swoich priorytetów. Na przykład przez lata słuchałam rodziców, którzy mówili mi, że nie rozumiem, jak pogodzić pracę z życiem rodzinnym, ponieważ nie rozumiem

mieć własne dzieci. Cóż, niedawno urodziłam swoje pierwsze dziecko – z pewnością wydarzenie, które wymaga więcej czasu – i mogłam tego doświadczyć na własnej skórze. To, co znalazłem, nie było problemem z równowagą czy pracą, ale raczej rozwiązaniem opartym na priorytetach.

Moja córka dała mi tylko kolejny powód do odniesienia sukcesu – a nie wymówkę, by uniknąć dalszej pracy. Jest dla mnie samą motywacją, by dobrze sobie radzić, bo teraz robię to dla niej i dla siebie. Nie możesz winić swojej rodziny za to, że powstrzymuje Cię przed osiągnięciem sukcesu, na który zasługujesz. Powinny być powodem, dla którego chcesz odnieść sukces!

Może wydawać się to trudne, ale są sposoby, aby to zadziałało. Ustal harmonogram dla siebie i członków rodziny, który pozwoli ci robić rzeczy, które są dla ciebie priorytetowe. Na przykład moim rozwiązaniem było dodanie godziny do każdego dnia, aby spędzić czas z córką. Moja żona i ja spotkaliśmy się i stworzyliśmy harmonogram, który pozwoliłby mi spędzać czas z córką i żoną – i nie miał negatywnego wpływu na harmonogram pracy, który zapewnia nam sukces finansowy.

Pierwszą rzeczą, jaką zrobiliśmy z żoną, było zbudowanie harmonogramu snu naszej córki wokół naszych priorytetów. Umówiliśmy się, że każdego ranka będę wstawać godzinę wcześniej i codziennie rano zabierać córkę na wycieczkę. Zapewniłoby to, że będę miał czas, kiedy jestem w domu z córką, zanim pójdę do biura i zostanę pochłonięty wydarzeniami dnia. Dałoby to również mojej żonie trochę więcej czasu na sen. Robię to odkąd moja córka miała około 6 miesięcy i działa pięknie. Zabieram ją ze sobą na sprawunki – na przykład chodzenie do lokalnego sklepu spożywczego każdego ranka i przedstawianie jej ludziom, którzy tam pracują. Kiedy wracam z naszej wycieczki, reszta dnia jest dla mnie, aby nieprzerwanie produkować w świecie biznesu. Ponieważ wstawiam córkę tak wcześnie, jesteśmy w stanie położyć ją do łóżka przed 19:00. Wtedy moja żona i ja możemy spędzać czas razem jako para.

Rozumiemy, że ten system będzie się zmieniał, gdy moja córka dorosnie i trzeba będzie wprowadzić zmiany. Chodzi jednak o to, że kontrolujemy nasz czas, a nie tylko przypadkowo próbujemy nim zarządzać. Nasza decyzja o ustaleniu priorytetów i zaangażowaniu się w rozwiązanie pozwala nam być szefami swoich czasów. Im bardziej jesteś zajęty, tym więcej musisz zarządzać, kontrolować i ustalać priorytety. Chociaż z pewnością nie mam jakiejś naukowej formuły, która magicznie by to ułatwiła, mogę powiedzieć jedno: jeśli zaczniesz od zaangażowania w sukces, a potem zgodzisz się kontrolować czas, stworzysz plan, który pomieści wszystko, czego chcesz.

Musisz zdecydować, jak wykorzystasz swój czas. Musisz dowodzić, kontrolować i wyciskać z niego każdą sekundę, aby zwiększyć swój ślad

i zdominować rynek. Spraw, aby wszyscy niezbędni — rodzina, współpracownicy, współpracownicy, pracownicy — rozpoznali i uzgodnili, które priorytety są najważniejsze. Jeśli tego nie zrobisz, ludzie o różnych planach będą cię pchać we wszystkich kierunkach. Mój harmonogram działa na mnie, ponieważ wszyscy w moim życiu — od żony po osoby, które ze mną pracują — wiedzą, co jest dla mnie najważniejsze i rozumieją, jak cenię czas. To pozwala nam radzić sobie ze wszystkim, co stanie nam na drodze.

W naszej kulturze często jesteśmy zachęcani do „zwolnienia, zrelaksowania się, uspokojenia się, znalezienia równowagi” i po prostu „bycia szczęśliwym” z tego, gdzie jesteśmy i co mamy. Chociaż w teorii może to brzmieć świetnie, osobom, które porzucają każdą decyzję, może być bardzo trudno kontrolować swoje życie. Większość ludzi nie może po prostu „zrelaksować się i uspokoić” — ponieważ nigdy nie robią wystarczająco dużo, aby uwolnić się od skromnej egzystencji, która jest wynikiem przeciętnych działań. Praca powinna dawać cel, misję i poczucie spełnienia. Te rzeczy są niezbędne dla dobrego samopoczucia psychicznego, emocjonalnego i fizycznego każdej osoby. Ludzie, którzy promują nowy wiek, ezoteryczne rady, aby „zwolnić”, zachęcają do nastawienia, które nie przynosi nikomu nic dobrego. Rozważ rodzaje cech, które to myślenie stworzyło u ludzi: lenistwo, zwlekanie, brak pośpiechu, lenistwo, skłonność do obwiniania innych, nieodpowiedzialność, uprawnienia i oczekiwania, że to ktoś inny rozwiąże nasze problemy.

Obudź się! Nikt cię nie uratuje. Nikt nie zajmie się twoją rodziną ani twoją emeryturą. Nikt nie sprawi, że coś ci się ułoży.

Jedynym sposobem, aby to zrobić, jest wykorzystanie każdej chwili każdego dnia na poziomach 10X. Zapewni to, że zrealizujesz swoje cele i marzenia. Szczęście, bezpieczeństwo, pewność siebie i spełnienie pochodzą z wykorzystania twoich darów i energii, aby osiągnąć wszystko, co uznałeś za sukces. I wymaga to każdej części Twojego czasu, który należy do Ciebie — i tylko do Ciebie — do kontrolowania.

Exercise

How much time are you at work each day?

How much time do you spend on wasteful activities every day (e.g., watching television, smoking, drinking, oversleeping, getting coffee, having lunches or meetings with no business opportunities)?

What are some of your own time wasters?

What has this chapter taught you about time?

Rozdział 18

Krytyka jest oznaką sukcesu

Chociaż krytyka z pewnością nie jest najlepszym uczuciem na świecie, mam świetną wiadomość: przyjmowanie krytyki to pewny znak, że jesteś na dobrej drodze. Krytyka nie jest czymś, czego chcesz uniknąć; jest to raczej to, czego musisz się spodziewać, gdy zacznesz osiągać duże cele.

Krytyka jest definiowana jako ocena zasług i wad pracy lub działań jednej osoby przez drugą. Chociaż „krytykować” niekoniecznie oznacza „sugerować winę”, często uważa się, że słowo to oznacza uprzedzenie lub dezaprobatę.

Słownik nie zawiera następującej pomocnej informacji: Kiedy zaczynasz podejmować odpowiednie działania, a tym samym osiągasz sukces, krytyka często nie pozostaje daleko w tyle.

Oczywiście większość ludzi nie lubi być krytykowana. Odkryłem jednak, że jest to naturalny wynik przyciągnięcia uwagi. Być może dlatego niektórzy ludzie w pierwszej kolejności unikają uwagi — próbując uniknąć osądu. Jednak nie ma sposobu na osiągnięcie poważnego sukcesu bez zwrócenia na siebie uwagi. Tak, ludzie będą cię przyglądać i jasno dać do zrozumienia, że nie akceptują tego, co robisz. Spójrzmy prawdzie w oczy: bez względu na to, jakich wyborów dokonasz w życiu, ktoś gdzieś po drodze cię skrytykuje. Czy nie wolałbyś otrzymać go od ludzi, którzy zazdroszczą ci twojego sukcesu, niż od rodziny, szefa lub inkasenta za niewystarczającą ilość działań?

Kiedy zacznesz podejmować wystarczające działania, nie minie dużo czasu, zanim zostaniesz osądzony przez ludzi, którzy ich nie podejmują. Jeśli osiągasz znaczący sukces, ludzie zaczną zwracać na ciebie uwagę. Niektórzy będą cię podziwiać, inni będą chcieli się od ciebie uczyć, ale niestety większość będzie ci zazdrościć. Są to ludzie, których wymówki, by nie robić wystarczająco dużo, zmieniają się w powody, dla których to, co robisz, jest złe.

Musisz się tego spodziewać i przewidywać jako jeden ze znaków sukcesu. Nadejdzie, gdy zacznesz naprawdę rozkręcać się na 10-krotnych poziomach – często zanim twoje osiągnięcie stanie się jeszcze widoczne. Uwaga: ta krytyka może przybierać różne formy. Może najpierw pojawić się jako rada od innych: „Dlaczego poświęcasz tyle energii temu jednemu klientowi? Nigdy niczego nie kupujesz” lub „Powinieneś bardziej cieszyć się życiem! Wiesz, to nie tylko praca. Są to rzeczy, które ludzie mówią ci, aby poczuć się lepiej – ponieważ twoja obfitość podkreśla ich niedobór. Pamiętaj: sukces to nie konkurs popularności. To twój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność.

Mój kumpel, który pracuje w branży ogrodzeniowej w Luizjanie, przyznał mi kiedyś: „Grant, nie chcę uwagi. W chwili, gdy to dostanę, zaczynają nadchodzić konkurenci

po mnie. Chcę latać pod radarem, żeby nikt nie wiedział, co robię".

Chociaż jest to z pewnością jeden ze sposobów podejścia do sukcesu, nie możesz zbyt długo „latać pod radarem” i oczekwać, że kiedykolwiek dotrzesz na szczyt. Ukrywanie się w celu uniknięcia uwagi (a w konsekwencji krytyki) prawdopodobnie oznacza, że do pewnego stopnia się powstrzymujesz. Twój strach przed atakiem powstrzymuje cię przed całkowitym podjęciem tego. Jednak, gdy pesymiści zdadzą sobie sprawę i przyznają, że nie odchodzisz – i że twój sukces jest czymś, co powinni naśladować, a nie oceniać – oddadzą się i znajdą kogoś innego, na kim mogą się przyczepić.

Słabe i przytłoczone jednostki reagują na sukces innych, atakując go.

W momencie, gdy zdecydujesz się zdominować lub przejąć terytorium, ryzykujesz, że staniesz się celem dla tych ludzi. Widzisz to w polityce stale; kiedy żadna ze stron nie ma prawdziwego rozwiązania, po prostu krytykują się i układają w sobie – a to nikomu nie służy. Krytyka jakiekolwiek osoby lub grupy powinna sygnalizować odbiorcy, że osoba rzucająca błoto jest zagrożona przez byt, którego lekceważy. Ludzie, którzy zwyczajowo dyskredytują innych w ten sposób, zwykle nie mają rozwiązań swojej sytuacji — z wyjątkiem poniżenia innych graczy.

Jednym sposobem radzenia sobie z krytyką jest przewidzenie jej jako elementu formuły Twojego sukcesu. Podobnie jak strach, jest to znak, że wykonujesz właściwe ruchy we właściwych ilościach, poświęcasz wystarczająco dużo uwagi i robisz wystarczająco dużo plusku. Jeden z moich klientów zadzwonił niedawno do mojej firmy, aby poskarżyć się, że mój personel zbyt agresywnie się z nim kontaktuje. Zadzwoniłem, żeby zapytać, na czym polega problem. Po wysłuchaniu, jak oczernia moich pracowników za to, co w gruncie rzeczy należało do ich pracy, powiedziałem: „Odwal się. Po prostu robią to, o czym wiedzą, że jest słusze, ponieważ wiedzą, że możemy Ci pomóc. Fakt, że nie podjąłeś decyzji o posunięciu się do przodu i pociągnięciu za spust, powinien być tutaj skrytykowany – ale powstrzymam się od tego, ponieważ nie przyniesie to żadnemu z nas żadnego pozytku. Teraz zatrzymajmy negatywne nastawienie i zróbmy coś pozytywnego, aby popchnąć Twoją firmę do przodu.”

Następnie nagrodziłem moich pracowników za agresywną współpracę z klientem.

Przyjmowanie skarg dotyczących „zbyt wielu działań następczych” wskazuje, że mój personel zmierza we właściwym kierunku. Nie pozwoliłem, by protesty tego klienta nas zatrzymały i wspierałem moich pracowników w ich wysiłkach. Wszyscy rozumiemy, że krytyka jest częścią cyklu sukcesu i nie przeproszę żadnego mojego pracownika, który szuka sukcesu. A na wypadek, gdybyś się zastanawiał – zamknęliśmy transakcję. Ten sam klient mówi teraz ludziom z podziwem i pochwałami, że „ci faceci podążają jak maniacy”.

Kiedy skończyłem studia, dostałem pełnoetatową pracę sprzedawcy, a nie zajmowanie stanowiska w dziedzinie, w której uzyskałem stopień naukowy. W ciągu kilku lat moje wyniki sprzedaży doprowadziły mnie do pierwszego procenta wszystkich sprzedawców w tej branży —

i daleko przed ludźmi, z którymi bezpośrednio pracowałem. A jeśli myślisz, że mnie nie krytykowali... cóż, pomyśl jeszcze raz. Oczywiście, że tak! Żartowali ze mnie, żartowali, próbowali odwrócić moją uwagę, a nawet próbowali przekonać mnie do zaprzestania tych działań, które doprowadziły mnie tam, gdzie byłam. To właśnie robią słabsi zawodnicy; sprawiają, że inni robią źle, robiąc to, co jest konieczne, aby czuć się dobrze, nie robiąc nic! Najlepsi gracze — zwycięzcy — odpowiadają, badając ludzi sukcesu i powielając sukcesy. Trenują się, aby osiągnąć poziomy najlepszych wykonawców. Ponieważ ci, którzy osiągają niższe wyniki, nie są skłonni do zwiększenia wydajności i wzięcia na siebie odpowiedzialności za zwiększenie swojej produkcji, mogą jedynie dążyć do obalenia tych, którzy osiągają wyniki na wyższych poziomach.

Kiedy moja książka „Jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni” trafiła na listę bestsellerów „New York Timesa”, niektórzy z moich rzekomych konkurentów natychmiast zaczęli mnie krytykować. Jedna osoba nazwała tytuł książki „aroganckim”. Inny zapytał: „Kim zdaniem Cardone jest?” Jeszcze inny sugerował, że „stajesz się za duży dla własnego dobra”. Jedna osoba nawet zadzwoniła do mnie, aby powiedzieć mi, żebym zatrudniła nowego redaktora, ponieważ twierdził, że gramatyka jest zła. Czy zwróciłem uwagę na któryś z tych komentarzy? Ani przez sekundę. Miałem bestseller New York Timesa!

Z tego, co mogę powiedzieć, krytyka poprzedza podziw i – czy ci się to podoba, czy nie – idzie w parze z sukcesem. Kontynuuj sukces, a przedej czy później ci sami ludzie, którzy cię poniżali, będą cię podziwiać za to, co zrobiłeś. Ci, którzy początkowo oceniali twoje działania, będą później wysławiać twoje pochwały – tak długo, jak przyjmujesz krytykę jako oznakę swojego rosnącego sukcesu i trzymasz akcelerator w swoich działaniach 10X. W końcu, czy jest lepszy sposób na odwet za krytykę niż odnoszenie sukcesów?

Exercise

What have you learned about criticism now?

What criticisms would you most like to hear from people?

Give three examples of when you have seen people go from criticizing others to admiring them.

Rozdział 19

Zadowolenie klienta to zły cel

Temat krytyki w odpowiedni sposób wpisuje się w dyskusję o nadużywanym i nadużywanym pojęciu satysfakcji klienta. Jednym z pierwszych protestów, jakie słyszę ze strony osób, którym propaguję ideę akcji 10X, jest ich obawa, że satysfakcja klienta zostanie naruszona. Martwią się, że jeśli oni i ich firma będą za bardzo naciskać lub staną się zbyt agresywni, w jakiś sposób zaszkodzi to reputacji ich marki na rynku. Chociaż przypuszczam, że jest to możliwe, jest znacznie bardziej prawdopodobne — ze względu na nadmiar produktów i organizacji dostępnych dzisiaj — że nikt nawet nie dowie się o Tobie ani Twojej firmie ani nie zauważ Twojej marki w pierwszej kolejności. Rada powiernicza narodowego kanału kablowego, z którym pracowałem, zaniepokoila się, że nowy program, który był bardzo podekscytowany kierownictwem, nie pasował do marki sieci. Powiedział im: „Jeżeli nie zaczniesz przynosić telewizji do domów ludzi, która jest aktualna i odpowiednia i do której ludzie muszą się dostroić, nie będziesz miał marki, której możesz bronić”. Kiedy nie uda ci się znaleźć zwolenników, zdobyć klientów, zabezpieczyć inwestorów i zamknąć transakcję, ponieważ nie zrobisz wszystkiego, aby wykonać zadanie, a następnie chowasz się pod wymówką ochrony marki i zadowolenia klientów, tak szybko miej łopatę w ręku i wykop własny grób.

Obsługa klienta to zły cel; zwiększenie liczby klientów jest właściwym celem. Nie oznacza to, że zadowolenie klienta nie jest ważne. Wszyscy wiedzą, że klienci muszą być usatysfakcjonowani i szczęśliwi, aby mogli wrócić i przekazać pozytywne opinie. Jeśli twoja usługa, produkt lub inwestycja nie są stworzone, aby zadowolić, jesteś przestępca, a ta książka tylko szybciej wylądujesz w więzieniu. Skup się przede wszystkim na przyciąganiu uwagi i generowaniu klientów, zanim zaczniesz martwić się o ich zadowolenie.

Pozwól, że wyjaśnię po prostu. Zadowolenie klienta nie bardzo mnie obchodzi! Czemu? Ponieważ wiem, że dostarczamy naszym klientom nadwyżki i zapewniamy obsługę klienta znacznie wykraczającą poza „zadowalające”. Dostarczamy za dużo do każdego klienta i nigdy nie odmawiamy, dopóki nie jest to absolutnie konieczne. W moim biurze nawet nie rozmawiamy o zadowoleniu klienta. Dużo mówimy o tym, jak zdobyć więcej klientów, ponieważ przyciągnięcie klientów do naszego programu to jedyny sposób na zwiększenie satysfakcji klientów. Rozumiesz. Zwiększenie zadowolenia klientów jest niemożliwe bez zwiększenia liczby klientów. Niezależnie od tego, czy ktoś zapisze się na nasz darmowy napiwek tygodnia, czy kupi książkę za 30 USD, program audio za 500 USD lub długoterminową umowę szkoleniową za 1 milion USD, zawsze dostarczamy więcej niż się spodziewamy. Zajmuję się tylko pozyskiwaniem większej liczby klientów, potem dostarczam klientom w

Najbardziej martwi mnie satysfakcja nie-klienta; to znaczy ludzie, którzy są niezadowoleni, ponieważ nie mają mojego produktu i mogą nawet nie wiedzieć, że są nieszczęśliwi. Wiem, że jedynymi niezadowolonymi klientami, jakich możemy mieć, są ci

którzy nie mają moich produktów lub którzy je mają i nie używają ich prawidłowo.

Mówimy o tym, jak skłonienie naszych klientów do zwiększenia wykorzystania naszych materiałów, systemów i procesów jest jedynym sposobem na zwiększenie zadowolenia klientów. Niepozyskanie klienta lub skłonienie klienta do niewłaściwego używania twoich produktów to większe „punkty wyjścia” niż większość sposobów, w jakie myślisz o zadowoleniu klienta. Klient, który otrzymał paczkę z jednodniowym opóźnieniem, jest problemem i należy się nim zająć, ale klient, który nigdy nie kupuje Twojego produktu, sugeruje, że masz poważny problem z satysfakcją klienta, ponieważ nigdy nie uczyniłeś go klientem.

Pierwszy problem, który możesz łatwo naprawić. Drugi cię zabije.

Wyszukuję klientów, którzy posiadają odpowiednie kwalifikacje do współpracy z nami. Następnie zajmuję się tą osobą lub firmą, dopóki nie zgodzą się mnie zatrudnić, wiedząc, że dopóki nie otrzymają mojego produktu lub usługi, nie mogą być usatysfakcjonowani. To nie jest boisko. Uważam, że to jest prawda. Osiągnięcie klienta jest najważniejsze dla zadowolenia klienta, a satysfakcja klienta nie może istnieć bez klienta! Osiągnięcie klienta jest dla mnie najważniejsze. To samo w związkach: najpierw chodzi o zdobycie żony, potem o uszczęśliwienie jej, potem powiększanie rodziny, a potem szukanie nowych sposobów, aby wszyscy byli szczęśliwi. Co było najważniejsze? Zdobycie żony było najważniejsze dla zadowolenia żony.

Firma nie jest w stanie osiągnąć sukcesu, skupiając się tylko na zadowoleniu klienta. Uważam, że trend koncentrowania się na zadowoleniu klienta niekorzystnie wpływa na jego pozyskiwanie. Firmy są tak pochłonięte „zadowoleniem” swoich obecnych klientów, że wielu z nich nie udaje się agresywnie zdobywać i zwiększać swojego udziału w rynku.

Obsługa klienta to termin biznesowy mający mierzyć, w jaki sposób produkty i usługi dostarczane przez firmy spełniają lub przekraczają oczekiwania klientów po zakupie. Ta ocena jest podobno kluczowym wyróżnikiem między markami, którymi lojalnie podążają klienci, a tymi, których całkowicie porzucają. Jednak większość miejsc, do których się udaję, nigdy nie obsługuje mnie na tyle przed sprzedażą, aby w ogóle pozyskać mnie jako klienta. Kierownictwo podkreśla znaczenie obsługi klienta ze swoich wież z kości słoniowej, ale na początku zapomina o promowaniu osiągnięcia klienta. Większość produktów nie przykuwa mojej uwagi tak całkowicie, że jestem zmuszony do ich zakupu bez pomocy firmy.

Niestety, większość sprzedawców nigdy nie zadaje sobie trudu, aby poprosić klienta o zakup, gdy ma nadarzającą się okazję, a potem nie podejmuje dalszych działań. W ten sposób nigdy nie zdobywają klienta.

Prowadzimy kampanie Mystery Shopping dla firm i wielokrotnie to potwierdzaliśmy. Największym problemem firm jest to, że nigdy nie zdobywają klienta! Jeśli masz gorszą ofertę — produkt, który tego nie robi

rób to, co mówisz, a to sprawi, że ludzie poczują się, jakby zostali oszukani po zakupie – rynek usunie cię przedżej niż później. Ale większość ludzi nie zawodzi, ponieważ ich oferta jest gorsza lub mają kiepski produkt. Większość ludzi zawodzi, ponieważ nigdy nie ma wystarczającej liczby klientów!

Czy Starbucks oferuje najlepszą dostępną obsługę klienta i kawę? Nie wiem. Wiem, że firma zainwestowała w to, aby kupowanie kawy było łatwe i wygodne. Czy Starbucks niepokoi się, że ludzie stoją zbyt długo w kolejce, otrzymują odpowiednią kawę i są witani?

Oczywiście. Ale zapewniam, że firma w pierwszej kolejności zajmuje się pozyskaniem klienta. Czy Google zapewnia najlepszą wyszukiwarkę oraz najlepszą obsługę i obsługę klienta? Czy wygląda to na poprawę doświadczenia? Na pewno. Ale najpierw tak wyraźnie dominuje w przestrzeni i przyciąga tak wiele uwagi, że jest to pierwsza użyta strona. O co mi tu chodzi? Marki, które naprawdę zapewniają satysfakcję klienta, nie mówią o obsłudze klienta ; skupiają się na pozyskiwaniu klientów.

Organizacje wschodzące najpierw potrzebują, aby ludzie o nich wiedzieli, a następnie robią wszystko, co w ich mocy, aby były szczęśliwe. Pamiętaj, satysfakcja klienta nie może istnieć bez klienta w pierwszej kolejności.

Amerykańskie korporacje mają taką obsesję na punkcie „zadowolenia klienta”, że straciły z oczu pierwszy – i najistotniejszy – czynnik: pozyskiwanie klientów!

„Utrzymaj to, co najważniejsze, najważniejsze”, jak mówią na Południu. Zadowolenie klienta nie powinno być inicjatywą, ale czymś tak nieodłącznym dla organizacji, że cała jej uwaga skupia się na pozyskiwaniu klientów. Przyciągnąć uwagę potencjalnego klienta lub rynku, a następnie nie zarobić na stworzeniu użytkownika swoich produktów i usług, nie ma sensu i jest najdroższym z błędów. Jednak tak się dzieje w przypadku zbyt wielu organizacji.

Powiedzmy, że firma z powodzeniem przyciąga moją uwagę na tyle długo, że rozważam jej produkty, ale potem nie robi wystarczająco dużo, aby zarobić na biznes i „zamknąć mnie” (tj. uczynić mnie klientem). Brak bycia klientem uniemożliwia mi stanie się zadowolonym klientem. Mówię tylko, żeby nie stawać wozu przed koniem. Zwróć uwagę, jak dyrektorzy zaczynają martwić się o satysfakcję klientów, a następnie podejmują inicjatywy w celu przeprowadzenia badań satysfakcji klientów osób, które stały się klientami — i całkowicie ignoruj ankiety tych, którzy nie zostali klientami. To ogromny błąd i świetny przykład „jedynej praktyki” (omówionej w rozdziale 10), która natychmiast pokaże Ci, jak pozyskać więcej klientów. Oprócz ankietowania tych, których nabyłeś, zebranie informacji od tych, którzy nie kupili, ujawni firmie znacznie więcej na temat prawdziwej satysfakcji klienta! Nie chcesz dowiedzieć się, dlaczego nie kupiłeś firmy? Myślisz, że nie zadowoliłeś klienta i dlatego nigdy go nie znalazłeś?

Większość firm upada nie z powodu braku jakości ich produktów, usług lub ich oferty. Ponoszą porażkę, ponieważ nie podejmują wystarczających działań strategicznych, aby pozyskać wsparcie – klienta – w pierwszej kolejności. Dlatego sugeruję, że satysfakcja klienta jest złym celem — ponieważ nie masz nawet okazji, by „zadowolić” kogoś, kto nigdy nie przekształci się w klienta.

Nie chodzi mi o to, by negować satysfakcję klienta po przejęciu, ale by skierować swoją uwagę z powrotem na akwizycję. Zrozum również, że nie można w jakiś sposób całkowicie zapobiec skargom klientów. Istnieją oczywiście środki, które możesz podjąć, aby ulepszyć swój produkt lub usługę. Ale kiedy masz do czynienia z ludźmi, spotkasz się ze skargami i niezadowoleniem. To takie proste. Najlepsze, co możesz zrobić, to rozwiązywać skargi i niezadowolenie, gdy się pojawią (i będą – obiecuję) i traktować je jako okazję do komunikacji z klientami. Potrzebujesz więcej osób wchodzących w interakcję z Twoim produktem lub usługą i firmą. Tak, narzekania będą się nasilać w kontaktach z ludźmi — ale tak samo będzie chwalić. Zwiększą liczbę użytkowników Twojego produktu lub usługi poprzez masowe działania, a nie poprzez masowe inicjatywy, które powodują, że Twoi ludzie w pierwszej kolejności wycofują się z przejęcia.

Swoją pierwszą firmę założyłem pod naiwnym wrażeniem, że będę pracować z garstką klientów i naprawdę skoncentrować na nich swoją uwagę (co daje dużą satysfakcję klientów). Założyłem, że da mi to przewagę na rynku i pozwoli mi świadczyć wysokiej jakości usługi i naprawdę coś zmienić. I chociaż to był fajny pomysł, to po prostu tak nie wyszło.

Przede wszystkim ten plan nie zapewnił mi skali niezbędnej do zbudowania biznesu o szerokim zasięgu, aby zwrócić na mnie uwagę, i nie udało mi się zdobyć dominacji, nie mówiąc już o przepływach pieniężnych niezbędnych do dalszego wspierania klientów. Co równie ważne, nie pozwoliło mi to podzielić się moimi informacjami z wystarczającą liczbą ludzi sukcesu.

Kiedy w końcu udało mi się ułożyć myślenie na właściwym poziomie i zaangażować się w poszerzanie swojej działalności i przyjmowanie 10 razy większej liczby klientów, zwiększyłem swoją ekspozycję — dziesięciokrotnie — i zwiększyłem liczbę osób i firm, które odniosły sukces, których unikałem. Skupiłem się na monumentalnych ilościach, zamiast służyć tylko garstce klientów, co zwiększyło moją zdolność do rozpowszechniania informacji o sobie i mojej firmie wśród coraz większej liczby osób. Narzekania, które otrzymałem, nasiliły się – wraz z komplementami, które otrzymałem. W rzeczywistości odniosłem więcej sukcesów niż porażek, ponieważ byłem narażony na większą liczbę osób korzystających z mojego materiału. Zwiększenie liczby uczestników moich seminariów i warsztatów zwiększyło liczbę moich wysokiej jakości klientów — i zwiększyło liczbę osób, które miały kontakt z moimi pomysłami i technikami. Więcej osób rozmawiało o moich metodologiach wśród swoich

współpracowników, którzy następnie rozpowszechniali informacje wśród znajomych i tak dalej. Im więcej ludzi o mnie mówiło, tym bardziej byłem w stanie poszerzyć swój zasięg, przyciągnąć więcej uwagi, pozyskać więcej klientów — a następnie zwiększyć ich satysfakcję. Pomyśl o tym w ten sposób: czy Facebook i Google wyszłyby na lepsze, gdyby świadczyły swoje usługi tylko kilku osobom? Gdyby tak było, nie użyłbym ich nawet jako przykładów.

Praktyka zadowolenia klienta nie ogranicza się do tego, jak traktujesz klientów po ich pozyskaniu; powinien również skupić się na tym, co robisz, aby je osiągnąć. Jakość klientów, których zdobędziesz, będzie miała bezpośredni wpływ na poziom zadowolenia klientów. Nie osiągniesz jakości bez poszukiwania ilości. Pamiętaj też o tym, o czym mówiliśmy w poprzednim rozdziale: że krytyka i skargi są nieuniknionymi oznakami, że rozwijasz się tak, jak powinieneś. Więc zignoruj krytykę, przyjmuj i rozpatruj skargi i rób wszystko, co możesz, aby zwiększyć swój ślad. Im więcej ludzi obsługujesz, tym większe masz szanse na interakcję z wysokiej jakości klientami.

Aby było jasne, z pewnością chcesz dotrzymać — i przekroczyć — złożone obietnice. Jeśli jednak skupisz się na dostarczaniu wyjątkowej usługi 10X przed przejęciem, ta część pojawi się naturalnie po przejęciu. Zakładam, że masz świetny produkt, usługę, pomysł lub inwestycję. Teraz musisz zwiększyć swoją bazę wsparcia. Niestety istnieją tysiące organizacji, które każdego dnia sprzedają gorsze produkty. Chociaż z pewnością nie sugeruję, abyś popychał oferty niespełniające norm ani rezygnował z jakości swojego produktu, staram się podkreślić niefortunną rzeczywistość: dominacja udziału w rynku ma tendencję do przebijania wszystkich innych rzeczy. Firmy, które sprzedają kiepskie produkty, stawiają sobie za cel numer jeden przejęcia, a następnie radzą sobie z wszelkimi problemami ze swoimi produktami lub ofertą po tym, jak zdobędą użytkowników.

Żadna organizacja na świecie nie odniosła ogromnego sukcesu przy jednoczesnym ograniczeniu przejęć. Apple zbyt długo nauczył się tej lekcji na własnej skórze. Został zabity przez Microsoft przez dziesięciolecia – firma, którą każdy użytkownik Apple twierdzi, że sprzedawała gorszy produkt – ponieważ podczas gdy Microsoft udostępniał swoje towary masom, Apple skupił się na niewielkiej liczbie osób. Zwróć uwagę na zmianę, jaką Apple dokonał w ciągu ostatnich kilku lat, sprawiając, że jego produkty są atrakcyjne dla mas. Trzy procent wszystkich gospodarstw domowych ma iPada, a 63 procent korzysta z odtwarzacza MP3, przy czym Apple ma ponad 45 procent tego udziału. W dzisiejszych czasach Apple wyraźnie przyjmuje „masowe działania” w wielkim stylu, aby zdominować swój ślad!

Pamiętaj, że nawet jeśli Twój produkt i firma dostarczają perfekcyjnie, będziesz otrzymywać skargi od klientów — ponieważ są ludźmi. Nie możesz zatrzymać

wszyscy szczęśliwi przez cały czas. Błądem jest bać się skarg. Zamiast tego zachęcaj ich, szukaj ich, znajdź, a następnie rozwiąż je. Reklamacje to bezpośredni sposób, w jaki Twoi klienci informują Cię, jak ulepszyć swój produkt. Jeśli do każdej sytuacji podchodzisz z niepokojem o obrazę klienta, to nigdy nie osiągniesz dominacji na rynku.

Wróćmy do Apple jako przykładu. Ta firma nie martwi się dziś o zadowolenie klientów tak bardzo, że zaniedbuje dalsze tworzenie produktów, po które ludzie chcą stać w kolejce. Rozpoznaje właściwą kolejność celów: (1) pozyskiwanie klientów (poprzez niesamowity produkt lub usługę, nad którą pracowałaś na 10 poziomach); (2) zaimponuj im swoją wspaniałością podczas procesu akwizycji; oraz (3) budować lojalność klientów (poprzez powtórne zakupy, wsparcie, marketing szeptany itp.). Kiedy budujesz biznes, Twoim głównym celem nie jest (jeszcze) zadowolenie klienta; to pozyskiwanie, polecanie i lojalność, a następnie więcej pozyskiwania z wykorzystaniem klientów, których udało Ci się zdobyć. Chcę, aby wszyscy mieli moje produkty, a nie tylko niektórzy. Chcę, żeby o mnie i moich produktach dowiedziało się mnóstwo ludzi, a nie tylko kilka. Nie będę usatysfakcjonowany, dopóki nie zrobi tego 6 miliardów ludzi. Chcę, aby wszyscy kupowali ode mnie w kółko i chcę być w ich umysłach tak regularnie – i wywierać taki wpływ na nich i ich firmy – że nigdy nawet nie pomyślą o korzystaniu z kogokolwiek innego.

Ten sposób myślenia różni się od koncentrowania się tak intensywnie na zadowoleniu klienta, że członkowie zespołu sprzedaży martwią się denerwowaniem, presją i twardą presją w obawie, że może to zaszkodzić opinii ich klientów. Znam zespoły sprzedażowe, które są karane, gdy otrzymują skargi klientów, co wydaje mi się dziwne z kilku powodów. Po pierwsze, sugeruje to, że tych skarg można uniknąć, czego wyraźnie nie mogą. Nawet jeśli mógłbyś ich uniknąć, dlaczego miałybyś tego chcieć? Skargi i problemy są okazją do robienia większej ilości interesów i rozwiązywania większej liczby problemów — a także dawania swoim klientom szansy na rozpowszechnienie informacji o tym, jak świetnie radzisz sobie z ich problemami!

Jeśli naprawdę chcesz dowiedzieć się, jakie są słabe punkty Twojej organizacji w zakresie pozyskiwania klientów i lojalności, przeprowadź ankietę wśród osób, których nie pozyskujesz. Im szybciej będziesz mógł zadać im pytania, tym lepiej — najlepiej, gdy odejdą lub odmówią prowadzenia biznesu. I nie zapomnij zapytać ich o procesy, a nie o ludzi, z którymi się spotkali. Możesz zadawać pytania takie jak: Jak długo tu byłeś?

Spotkałeś menedżera?

Czy pokazano Ci produkty opcjonalne?

Czy przedstawiono ci propozycję?

Czy ktoś oferował przyniesienie produktu do domu/biura?

Zadzwoń do mojego biura, aby uzyskać wskazówki, jak opracować tę ankietę dla Twojej wyjątkowej sytuacji (800-368-5771). Pomożemy określić, o co zapytać, aby wskazać, gdzie ma miejsce awaria.

Kiedy ostatnio poproszono Cię o przekazanie firmie, której zdecydowałeś się nie kupować na podstawie opinii na temat doświadczenia? Czy sprzedawcy poświęcili ci wystarczająco dużo uwagi? Czy pozostały z Tobą podczas twojego procesu decyzyjnego? Spotkali się z Tobą entuzjastycznie, zaproponowali rozwiązanie Twoich problemów, przywitał się z kimś z kierownictwa, pokazał różne opcje, a nawet przedstawił swój produkt lub propozycję? A czy ktoś do ciebie oddzwonił? Założę się, że odpowiedź na większość tych pytań brzmi „nie”. Firmy ponoszą porażkę nie dlatego, że obrażają klientów, ale dlatego, że nie podejmują wystarczających działań, aby te osoby stały się klientami w pierwszej kolejności. I zapewniam, że te same firmy spotykają się po kolei w celu poprawy zadowolenia klientów. Będą ankietować tych, którzy od nich kupują, zamiast poświęcać czas na pytanie tych, którzy nie zrobili tego, dlaczego. Dodaj do tego fakt, że większość tych ankiet skupia się na tym, co sprzedawca zrobił źle, a nie na tym, co jest nieadekwatne w sposobie myślenia i procesach organizacji.

Pamiętaj o operacyjnym porządku ważności: głównym celem jest pozyskiwanie klientów, następnie lojalność klientów, a następnie klientów, którzy rozpowszechnią informacje o Tobie. Takie podejście pozwala firmie na dalsze inwestowanie w rozwój i ulepszanie produktów, ulepszanie procesów i zwiększanie promocji — co ostatecznie tworzy prawdziwą satysfakcję klienta.

Exercise

Have you ever been surveyed by a company that you didn't buy from?

What is more important than customer satisfaction?

1. _____

2. _____

Why do most businesses fail?

What might be some survey questions you could use when you don't acquire a customer?

Rozdział 20

Wszechobecność

Słowo „wszechobecność” przekazuje pojęcie bycia wszędzie – we wszystkim

miejsca, przez cały czas. Czy możesz sobie wyobrazić, jak by to było, gdybyś Ty, Twoja marka i Twoja firma mogli być wszędzie przez cały czas – i ile by to dało? Chociaż może się to wydawać niemożliwe, powinien to być Twój cel. Uważa się, że rzeczy, którym przypisuje się największą wartość na tej planecie, są dostępne wszędzie. Nie da się odnieść prawdziwego sukcesu bez myślenia o tym, aby Twoje pomysły, produkty, usługi lub marka stały się uniwersalne. Rzeczy, na których ludzie polegają najbardziej, są wszechobecne, od tlenu, którym oddychasz, przez wodę, którą pijesz, przez paliwo spalane w samochodzie, po elektryczność, która przepływa przez twój dom, po najbardziej imponujące produkty na świecie. Wspólną cechą tych elementów jest to, że są one dostępne wszędzie. Widzisz ich, stale, na nich polegasz i przyzwyczaiłeś się, że ich potrzebujemy, w większości przypadków, na co dzień.

Rozważ coś tak pozornie oczywistego, jak wiadomości. Kanały telewizyjne, gazety, radio i Internet dostarczają wiadomości 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu — więc to jest zwykle to, o czym ludzie myślą najczęściej. Widzimy to po przebudzeniu, rozmawiamy o tym przy dystrybutorze wody, słyszmy o tym przez cały dzień i oglądamy w telewizji przed pójściem spać.

Jest to rodzaj nastawienia, z którego musisz działać — aby być dostępnym wszędzie. Chcesz, aby ludzie widywali cię tak często, aby myśleli o tobie stale i natychmiastowo identyfikowali twoją twarz, imię lub logo nie tylko z ofertą, którą reprezentujesz, ale nawet z ofertą złożoną przez osoby podobne do ciebie. Wiele osób błędnie zakłada, że mogą wykonać kilka telefonów, odwiedzić lub dwie osobiste wizyty, wysłać kilka e-maili i w jakiś sposób przyciągnąć uwagę ludzi. Ale prawda jest taka, że żadne z tych działań nie sprawi, że ludzie pomyślą o Tobie na tyle, by wywołać znaczący efekt. Czy działasz na odpowiednim poziomie kierowania i myślisz wystarczająco szeroko? Jeśli jeszcze nie jesteś, musisz rozszerzyć swoje podejście i zwiększyć swój ślad, aby dominować i być wszędzie.

Moim celem w dzisiejszych czasach jest, aby ponad 6 miliardów ludzi stale słyszało moje imię, wiedziało je, kiedy je słyszą, a kiedy myślą o szkoleniu sprzedaży, myślą o mnie. Chociaż może się to wydawać nierealne, prawdopodobnie nieosiągalne, jest to właściwy cel, sposób myślenia, ślad i koncepcja dla mojej firmy – być wszędzie. Samo zaangażowanie w zrobienie czegoś tak wielkiego będzie przygodą samą w sobie. Jeszcze zanim w pełni osiągnę swój cel, osiągnę większy poziom sukcesu w próbie. Czy w rezultacie pojawią się pieniądze? Absolutnie! Czy ludzie będą kupować moje produkty? Na pewno! Czy osiągnę sukces dla moich pomysłów i otrzymam wsparcie we wszystkim, co staram się osiągnąć?

Gwarantowane!

Takie nastawienie pozwoli nam następnie podejmować wszystkie nasze decyzje w celu skierowania mnie w kierunku, w którym wszyscy na świecie dowiedzieli się o mnie, moich produktach, mojej firmie i moich wysiłkach! Każda decyzja, którą podejmujemy w mojej firmie, opiera się na jednej misji: wprowadzić całą planetę do Grant Cardone. Chociaż nasze cele muszą być finansowane, pieniądze nie są naszym głównym interesem. Wiemy, że nasze starania, by być wszędzie i jednocześnie, przyniosą zyski. Nie pytamy, ile będzie kosztował projekt, czy zmieści się w budżecie lub czy mamy czas, aby coś zrobić. Pytamy, czy to pomaga nam realizować misję bycia wszędzie? Nie zatrzymujemy się, aby dowiedzieć się, czy chcę podróżować, rozmawiać z mniejszą grupą lub jaki może być wynik. Po prostu nie pozwalamy na żadne wymówki i czynniki rozpraszające, które mogłyby ograniczyć ekspansję. W ten sam sposób każda próba, którą podejmiesz, aby Twoja marka, produkt lub usługa były wszechobecne, automatycznie pokierują Twoimi działaniami.

Czy takie myślenie jest za duże? Dla większości ludzi tak jest. Czy jest to absolutnie konieczne? Cóż, nie, jeśli chcesz zadowolić się średnią. Jeśli jednak to rozważasz, wróć i ponownie przeczytaj rozdział o tym, dlaczego przeciętne cele cię zawiodą i dlaczego normalne nie działają. Pokaż mi jedną wspaniałą firmę, która nie osiągnęła wszechobecności. Coca-Cola, McDonald's, Google, Starbucks, Phillip Morris, AT&T, La-Z-Boy, Bank of America, World Disney, Fox TV, Apple, Ernst & Young, Ford Motor Company, Visa, American Express, Macy's, Wal Mart, Best Buy — te nazwy są wszędzie. Każda z tych firm jest w każdym mieście — niektóre na każdym rogu ulicy — a większość jest dostępna na całym świecie. Widzisz ich reklamy, wiesz, jak wyglądają ich logo, możesz nawet zanucić niektóre z ich dźwigni i użyć ich nazw do opisania nie tylko ich produktów; ale w niektórych przypadkach również produkty ich konkurentów.

Są też osoby, które tak dobrze osiągnęły wszechobecność, że świat natychmiast rozpoznaje ich nazwiska, takie jak Oprah, Bill Gates, Warren Buffett, George Bush, Barack Obama, Abe Lincoln, Elvis, The Beatles, Led Zeppelin, Walt Disney, Will Smith, Matka Teresa, Muhammad Ali, Michael Jackson, Michael Jordan i tak dalej. Niezależnie od tego, czy ci się podobają, czy nie, każda z tych osób stworzyła dla siebie takie imię, że większość ludzi wie, kim są — lub przynajmniej rozpoznaje ich imię i dostosowuje je do ważności. Sposób, w jaki zarządzają i kontrolują swoje marki, określa ich długoterminowy sukces i przetrwanie.

Mój ojciec zawsze dawał mi cenną radę: „Twoje imię jest twoim najważniejszym atutem. [Ludzie] mogą odebrać ci wszystko, ale nie mogą zabrać twojego imienia”. Chociaż zgadzam się z naciskiem mojego taty na znaczenie imion, oczywiście staje się to mniej ważne, jeśli nikt o tym nie wie.

Dopóki ludzie nie będą wiedzieć, kim jesteś, nikt nie zwróci uwagi na to, co reprezentujesz. Musisz sprawić, by ludzie cię poznali, co oznacza, że musisz zwrócić na siebie uwagę. Im więcej uwagi zwrócisz, tym więcej miejsc będziesz; im więcej osób przebywasz, tym więcej możesz być wszędzie. A wszystko to zwiększy twoje szanse na wykorzystanie twojego dobrego imienia do dobrej pracy.

Czy słyszałeś kiedyś powiedzenie: „Wystarczy, jeśli możesz pomóc jednej osobie”? Chociaż z pewnością dobrze jest pomagać jednej osobie – a na pewno lepiej niż pomagać nikomu – osobiście nie wierzę, że pomoc tylko jednej osobie wystarczy. Wiem, że brzmi to dobrze i że to powiedzenie podkreśla wagę pomagania innym, ale na tej planecie jest 6,8 miliarda ludzi i większość z nich potrzebuje jakiejś pomocy. Twój cel musi – i może – być większy niż „tylko jedna osoba”. Aby tak się stało, ludzie muszą wiedzieć, kim jesteś i co reprezentujesz! W przeciwnym razie nie będziesz w stanie pomóc nawet jednej osobie, a tym bardziej w 6,8 miliarda.

Musisz myśleć w kategoriach bycia wszędzie przez cały czas. Jest to dziesięciokrotny sposób myślenia niezbędny do zdominowania twojego sektora. Jeśli zobowiąziesz się do konsekwentnego podejmowania działań 10X, a następnie więcej działań 10X, to zapewniam Cię, że zostaniesz wciągnięty w sytuację, w których znajdziesz się wszędzie. Pierwszą rzeczą, którą musisz zrobić, to przedrzeć się przez mrok i dać światu do zrozumienia, co możesz dla niego zrobić – a potem rób to bezlitośnie. Chociaż może to zabrzmieć jak grind, będzie to uciążliwe tylko wtedy, gdy twoje cele będą zbyt małe, egoistyczne i nieosiągalne. Obiecuję, że nie będzie to trudne, kiedy wyjdiesz na szczyt. Możesz chcieć się wzbogacić — ale dlaczego? Na co chcesz przeznaczyć pieniądze? Czy masz wyższy cel, któremu chcesz służyć? W końcu możesz zgromadzić tylko tyle osobistego bogactwa, zanim przestanie to mieć znaczenie. Może chcesz zgromadzić bogactwa, aby pomóc większej liczbie ludzi i poprawić warunki dla całej ludzkości. To wymagałoby od ciebie bycia wszechobecnym – wszędzie, przez cały czas.

Im wyższy cel, tym więcej paliwa zapewni dla twoich działań 10X. To jest to, czego potrzeba, aby wystrzelić do wszechobecności. Ludzie sławni i wpływowi osiągają ten status, ponieważ są zmuszeni do wypełniania swojego celu poprzez pisanie książek, przeprowadzanie wywiadów, blogowanie, pisanie artykułów, przyjmowanie zobowiązań do przemawiania i nieustanne mówienie „tak”, aby zwrócić uwagę na siebie, swoje firmy i projekty. To są rezultaty myślenia na wielką skalę. To nie jest grind; to jest pasja. To tylko grind, gdy twoje nastawienie i działania są zbyt małe i nie przyniosą wystarczającej wypłaty. Jesteś zdolny do znacznie więcej niż teraz. Kiedy już dopasujesz swoje nastawienie do właściwego celu, zacznesz podejmować 10-krotne działania — i jednocześnie poczujesz się jak

więcej miejsc, niż kiedykolwiek myślałeś, że to możliwe.

Aby twoje życie nie wydawało się „pracą” — albo jak bieganie na kole dla chomika — musisz myśleć w kategoriach odpowiednich tomów. Wszechobecność — cel bycia wszędzie, przez cały czas i w tym samym czasie — jest dokładnie tym rodzajem masowego myślenia, którego brakuje większości ludzi w oczekiwaniach wobec siebie i ich marzeniach.

Najpierw musisz złożyć przysięgę, że Twoja marka, pomysł, koncepcja, firma, produkt lub usługa odcisną piętno na naszej planecie. Aby to zrobić, musisz zaangażować się w swoją społeczność, system szkolny, sąsiedztwo i lokalną politykę.

Musisz uczestniczyć i być widzianym na wydarzeniach, pisać w lokalnej gazecie i nawiązywać kontakt z graczami ze swojej społeczności. Kiedy jesteś zaangażowany, zrób wszystko, co możliwe, aby pozostać aktywnym, aby ludzie cię widzieli, czytali, słyszeli i myśleli o tobie. Powiedz „tak” przy każdej okazji, aby przekazać swoje słowo. Pisz o tym, rozmawiaj o tym, wygłasza wykłady na temat tego, co robisz, a nawet szczekaj na rogach ulic, jeśli musisz. Zaangażuj się w wszechobecność!

Nie nauczyłem się tej niezwykle ważnej lekcji, dopóki nie zostałem poważnie zaatakowany przez ludzi, którzy nie chcieli widzieć, jak dobrze sobie radzę i musiałem wymyślić, jak temu przeciwdziałać. Moją instynktowną reakcją był natychmiastowy odwet poprzez zadawanie fizycznej krzywdy (co poczułem w ulotnej chwili szaleństwa). Jednak moja żona przypomniała mi moje własne powiedzenie: „Najlepszą zemstą jest ogromny sukces”.

Poradziła mi, abym posuwała się naprzód z tak wielkim rozmachem i taką obecnością, że za każdym razem, gdy ci ludzie budzili się, włączali telewizor lub robili interesy, widzieli moją twarz — i przypominali sobie, jak dobrze sobie radzę. Usłyszenie prawdy od mojej zdrowej i pozytywnej żony natychmiast mnie uspokoilo — i wyjaśniło mi, że najlepszą możliwą odpłatą nie była żadna siła, ale po prostu gromadzenie większych sukcesów.

Zamiast tracić energię na zemstę, całą energię, zasoby i kreatywność poświęciłem na stawianie się wszechobecnym i poszerzanie swojego śladu. To znacznie lepsza inwestycja w energię niż ściganie kogoś innego. Zastanów się, jak możesz wykorzystać tę ilustrację, aby dowiedzieć się, jak możesz przebywać w większej liczbie miejsc w tym samym czasie. Zaraz po tym ataku byłem bardzo zajęty upewnianiem się, że jestem wszędzie widziany przez cały czas. Napisałem swoją pierwszą książkę, a trzy miesiące później napisałem kolejną. Następnie skończyłem swoją trzecią książkę, a członkowie mojej grupy spędzili miesiące robiąc wszystko, co możliwe, aby stała się bestsellerem New York Timesa — i tak właśnie zrobili!

Celem było zrobienie wszystkiego, co w naszej mocy, aby moje informacje i materiały były rozpowszechniane. Zaczęliśmy korzystać z serwisów YouTube i Flickr, aby dostarczać naszym klientom motywacyjne filmy, wskazówki dotyczące sprzedaży i strategie biznesowe — i poprosiliśmy ludzi o

przekaż je swoim przyjaciołom. Osobiście nagrałem ponad 200 filmów, napisałem 150 blogów i artykułów oraz udzieliłem 700 wywiadów radiowych w ciągu 18 miesięcy. Potem zacząłem zdobywać popularność w ogólnokrajowej telewizji w sieciach i telewizji kablowej. Fox, CNBC, MSNBC, radio CNN, radio WSJ i wiele innych zaczęło mieć mnie w swoich programach. W tym samym okresie osobiście napisałem ponad 2000 postów na Facebooku, Twitterze i LinkedIn. Wszystko to było dodatkiem do tego, co moje biuro sumiennie robiło, aby ujawnić moje nazwisko. Moja twarz, imię, głos, artykuły, metodologie i filmy zaczęły pojawiać się wszędzie – wiele w tym samym czasie. Ludzie, z którymi nigdy nie robiłem interesów, zaczęli do nas mówić: „Wszędzie widzę twoje imię!” Byłem całkowicie skoncentrowany na poszerzaniu swojego śladu i dawaniu się poznać reszcie świata, zamiast martwić się małą grupą krytyków.

Mój biznes eksplodował na każdym froncie. Okazje zaczęły napływać codziennie. Zaczeliśmy przyciągać uwagę nie tylko tych, na których byliśmy skupieni, ale także ludzi z całego świata. W wyniku tej akcji moje książki są tłumaczone na język chiński i niemiecki. Teraz napływają zapytania z Francji, Meksyku, RPA i innych krajów, które są zainteresowane naszymi programami szkoleniowymi i książkami dotyczącymi sprzedaży. Dzwonią do nas ludzie zarówno z USA, jak i zagranicy, którzy są zainteresowani programami telewizyjnymi i robieniem artykułów w czasopismach. Nie chwalę się tutaj, ale pokazuję ci, co może się dla ciebie stać, gdy podejmiesz właściwe działania na odpowiednich poziomach i zaczniesz myśleć we właściwym rozmiarze.

Wszystkie potężne firmy, pomysły, produkty i ludzie są wszechobecni. Można je znaleźć wszędzie. Dominują w swoim sektorze i stają się synonimami tego, co reprezentują. Prawdziwy sukces mierzy się długowiecznością. Więc jeśli chcesz być podekscytowany i namiętny na dłuższą metę, uczyń wszechobecność swoim stałym celem. Twoje imię i nazwisko, marka i reputacja są Twoimi najcenniejszymi zasobami tylko wtedy, gdy wystarczająca liczba osób o nich wie i korzysta z nich. I pamiętaj, najlepszym sposobem na wyrównanie wyniku z tymi, którzy mają na to ochotę, jest bycie tak dobrze znanym, że za każdym razem, gdy patrzysz w górę — każdego ranka, kiedy się budzą i tuż przed pójściem spać w nocy — widzą dowody Ciebie i Twojego sukcesu.

Exercise

What does it mean to be *omnipresent*?

What steps do you need to take to become omnipresent?

What is the upside of taking so much action that the marketplace makes your name synonymous with what it is you represent?

What is the best way to get revenge against your critics?

Rozdział 21

Wymawianie się

Nadszedł czas, abyśmy przyjrzeli się wymówkom, których prawdopodobnie użyjesz, aby uniknąć tego. Każdy używa wymówek. Większość ludzi ma faworytów, których zatrudnia w kółko. Jestem pewien, że twoje już zaczynają się pojawiać, więc zamiast je ignorować, po prostu skonfrontujmy się z małymi potworami, aby nie rozpraszały cię później.

„Wymówka” to usprawiedliwienie zrobienia – lub nierobienia – czegoś. Myślę, że słownik sugeruje, że to „powód”. Jednak w rzeczywistości wymówka zwykle okazuje się czymś innym niż prawdziwy powód, który motywuje twoje działanie (lub jego brak). Założymy na przykład, że Twoją wymówką na spóźnienie do pracy jest ruch uliczny. Cóż, to nie jest powód, dla którego nie zdążyłeś na czas.

Powodem, dla którego się spóźniłeś, jest to, że opuściłeś dom bez wystarczającej ilości czasu, aby umożliwić ruch. Wymówki nigdy nie są powodem, dla którego coś zrobiłeś lub nie zrobiłeś. To tylko powtórka faktów, które wymyślasz, aby pomóc sobie poczuć się lepiej po tym, co się wydarzyło (lub nie). Wymyślanie wymówek nie zmieni twojej sytuacji; tylko dotarcie do prawdziwego powodu może to zrobić.

Wymówki są dla ludzi, którzy odmawiają wzięcia odpowiedzialności za swoje życie i to, jak się ono kończy. Niewolnicy i ofiary wymyślają wymówki — i na zawsze będą skazani na posiadanie resztek i resztek innych.

Pierwszą rzeczą, jaką należy wiedzieć o wymówkach, jest to, że nigdy nie poprawiają one twojej sytuacji. Drugą rzeczą, którą należy wiedzieć, jest to, z których regularnie korzystasz. Czy któryś z poniższych brzmi znajomo? nie mam pieniędzy, mam dzieci, nie mam dzieci, jestem żonaty, nie jestem żonaty, muszę znaleźć równowagę w swoim życiu, jestem przepracowany, jestem niedopracowany, pracuję tu zbyt wiele osób, nie mamy wystarczającej liczby ludzi, mój menedżer jest do bani/nie pomaga/nie zostawia mnie w spokoju/jest negatywny/jest zbyt podekscytowany, nie lubię czytać, nie mam czasu na naukę, Na nic nie mam czasu, za wysokie ceny za niskie, klient nie oddzwoni, klient odwołał wizytę, ludzie nie mówią mi prawdy, nie mają pieniędzy, gospodarka jest zła, banki nie pożyczają, mój właściciel jest tani, nie mamy/nie możemy znaleźć odpowiednich ludzi, nikt nie jest zmotywowany, ludzie mają złe nastawienie, nikt mi nie powiedział, to to czyjaś wina, oni ciągle zmieniają zdanie, jestem zmęczony, potrzebuję wakacji, ludzie, z którymi pracuję, to nieudacznicy, mam depresję, jestem chory, moja mama jest chora, korki straszne, konkurencja jest oddając swój produkt, mam takiego pecha

....

Znudzony? Wiem że jestem! Musiałem naprawdę sięgnąć głęboko do zakamarków mojego umysłu, żeby wymyślić niektóre z nich. Ile z nich wykorzystałeś? Wróć i zakreśl każde stwierdzenie, jakie kiedykolwiek słyszałeś, wychodzące z twoich ust. A teraz zadaj sobie pytanie, czy któraś z tych wymówek kiedykolwiek poprawi twój stan? Wątpię.

Dlaczego więc tak wielu ludzi robi je tak często? Czy to w ogóle ma znaczenie? Wymówką jest tylko zmiana rzeczywistości; nic w tym nie przeniesie Cię do lepszej sytuacji. Fakt, że „klient nie ma pieniędzy” nie pomoże ci zamknąć transakcji. Fakt, że „masz tylko pecha” nie poprawi warunków Twojego życia ani nie zmieni Twojego szczęścia. W rzeczywistości, jeśli będziesz powtarzał sobie to wystarczająco dugo, zacznesz się tego spodziewać – zapewniając w ten sposób, że wszystko będzie nadal źle.

Musisz zacząć rozumieć różnice między szukaniem wymówek a faktycznym, rozsądny uzasadnieniem wydarzeń. Ta książka skupia się na wielu różnicach między sukcesem a nieudanym — a bardzo wyraźną różnicą jest to, że ludzie sukcesu po prostu nie szukają wymówek. W rzeczywistości są one dość nierozsądne, jeśli chodzi o podawanie powodów – przynajmniej w przypadku niepowodzenia – również. Nigdy nie zapytam siebie (ani kogokolwiek innego), dlaczego nie mogłem wprowadzić swojego produktu na rynek, zebrać wystarczającej ilości pieniędzy lub dokonać wystarczającej sprzedaży, ponieważ w moim przekonaniu żadna odpowiedź nie wystarczy. Nie ma usprawiedliwień, które zmienią te fakty lub sytuacje – a wszelkie powody, które mógłbym podać, to tylko możliwości, z którymi trzeba się jeszcze uporać. Każde uzasadnienie, jakie sobie podasz, po prostu daje komuś innemu szansę na znalezienie rozwiązania. Przypomnij sobie, co wielokrotnie powtarzałem w tej książce: „Nic ci się nie dzieje ; dzieje się to przez ciebie”. Wymówki są tylko kolejnym elementem tego – i głównym wyróżnikiem tego, czy odniesiesz sukces, czy nie.

Jeśli sprawisz, że sukces jest opcją, to nie będzie dla ciebie — to proste. Nie istnieje żadna wymówka, która może lub sprawi, że odniesiesz sukces. Użalanie się nad sobą i wymyślanie wymówek to oznaki, że ktoś ponosi bardzo minimalny stopień odpowiedzialności. „Nie kupował ode mnie, bo bank nie udzielił kredytu”. Nie, nie kupował od Ciebie, ponieważ nie byłś w stanie zapewnić odpowiedniego finansowania potencjalnemu klientowi. Pierwsze stwierdzenie nie bierze odpowiedzialności za zdarzenie, podczas gdy drugie – i określa rozwiązanie. Kiedy przyjmiesz bardziej zaawansowane poczucie odpowiedzialności – i odmówisz dalszych wymówek – możesz wyjść i poszukać rozwiązania. A jako dodatkowy bonus unikniesz takich sytuacji w przyszłości.

Rzadkość sprawia, że coś jest wartościowe. Tak więc wszystko, co jest obfite, ma niewielką wartość. Wymówki to jedna rzecz, której ludzie wydają się mieć niemal nieskończoną ilość. Ponieważ jest ich tak dużo, nie mają żadnej wartości. Ponieważ nie przekazują twojego pragnienia osiągnięcia dla siebie większego sukcesu, są bezwartościowym wykorzystaniem twojej energii. Jeśli masz zamiar podejść do sukcesu tak, jak uczono cię w tej książce – nie jako opcję, ale jako swój obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność – musisz zobowiązać się, że nigdy nie będziesz używał wymówek dla

wszystko! Nie możesz pozwolić sobie, swojemu zespołowi, swojej rodzinie lub komukolwiek w Twojej organizacji na użycie innej wymówki jako powodu, dla którego coś nie przyszło do skutku. Jak mówi stare powiedzenie: „Jeśli tak ma być, to zależy ode mnie”.

Exercise

What is the difference between an excuse and a reason?

What are the two things you know about excuses?

What excuses have you been using?

Rozdział 22

Udane czy nieudane?

Przez większość życia studiowałem ludzi sukcesu i odkryłem różnice między nimi a ludźmi, którzy osiągają mniej warte uwagi – i nie tego można by się spodziewać. Różnice między tymi dwiema grupami nie mają nic wspólnego z ekonomią, edukacją czy demografią. Chociaż te doświadczenia i wydarzenia z pewnością wpłynęły na nich i ich punkt widzenia, nie są one ostatecznie decydującymi czynnikami w ich życiu. Mogę pokazać ci ludzi z

bez wykształcenia, wychowywanych przez rozbite rodziny w strasznym otoczeniu, ale mimo to udało im się osiągnąć poziom stratosferyczny.

Ludzie sukcesu rozmawiają, myślą i podchodzą do sytuacji, wyzwań i problemów inaczej niż większość ludzi — i zdecydowanie inaczej myślą o pieniądzach. W tym rozdziale wymieniono powszechnie spotykane cechy, cechy osobowości i nawyki, które sprawiają, że ludzie sukcesu są tacy, jacy są. Po każdej pozycji następuje kilka moich przemyśleń na temat znaczenia każdej kategorii. Dzięki temu będziesz bardziej świadomym rodzajów nawyków i cech, które powinieneś rozwijać, a także zachęcisz swoich pracowników i współpracowników do rozwoju. Jedynym sposobem na odniesienie sukcesu jest podejmowanie tych samych działań, które podejmują ludzie sukcesu. Sukces nie różni się od innych umiejętności. Powiel działania i sposób myślenia ludzi sukcesu, a sam osiągniesz sukces.

Poniższa lista sposobów, w jakie powinieneś działać, aby odnieść sukces, opiera się na: co odkryłem o ludziach sukcesu i sposobie, w jaki robią rzeczy.

1. Miej nastawienie „potrafię”

Ludzie z nastawieniem „mogę zrobić” podchodzą do każdej sytuacji z perspektywą, że bez względu na wszystko, da się to zrobić. Konsekwentnie używają zwrotów takich jak „Możemy to zrobić”, „Zróbmy to, co się stanie”, „Rozpracujmy to” – i zawsze utrzymują, że istnieje rozwiązanie. Ci ludzie rozmawiają w kategoriach wyjaśnienia i rozwiązywania problemów oraz konsekwentnie komunikują wyzwania z pozytywnym nastawieniem. Reagują na nawet najbardziej zniechęcającą lub pozornie niemożliwą sytuację w sposób „może to zrobić”. Ta postawa jest cenniejsza niż doskonały produkt i niższa cena, i jest jednym z niewielu sposobów, w jaki będziesz w stanie wykonać 10-krotne masowe działania. Jeśli nie masz ochoty podchodzić do wszystkiego z takim nastawieniem, że jest to możliwe, to tak naprawdę nie będziesz myślał w 10X. Musisz wierzyć i przekazywać innym, że rozwiązanie rzeczywiście istnieje — nawet jeśli będziesz musiał trochę ciężej pracować, aby je znaleźć. Włącz ten rodzaj poglądu „może zrobić” do swojego języka, myśli, działań i odpowiedzi dla wszystkich, których znasz. Pomóż całej swojej firmie rozwinąć tego rodzaju podejście, wbijając je w nich każdego dnia.

Weź nawet najbardziej niemożliwą prośbę i zastanów się, jak możesz odpowiedzieć z nastawieniem „mogę zrobić”. Doprowadź siebie i swoich współpracowników do punktu, w którym odpowiedzi typu „Daję radę, nie ma problemu — poradzimy sobie z tym!” stać się normą — i nic innego nie jest nawet akceptowane.

2. Uwierz, że „Rozwiążę to”

Ta perspektywa idzie w parze z postawą „mogę zrobić”. Ponownie odnosi się do osoby, która zawsze stara się być odpowiedzialna i rozwiązać problem. Nawet jeśli nie masz pewności, jak coś zrobić, najlepszą odpowiedzią jest „Rozwiążę to”, a nie „Nie wiem”. Nikt nie ceni osoby, która nie tylko nie posiada informacji, ale też nie chce ich znać. Ta odpowiedź nie wpływa na twoją wiarygodność ani kompetencje. Nie zgadzam się z twierdzeniem, że powinieneś mówić ludziom, jeśli czegoś nie wiesz. Jak to pomaga sytuacji? Czy naprawdę chcesz pochwalić się swoją niezdolnością lub uważasz, że rynek – lub Twoi klienci – tak bardzo cenią uczciwość, że chcą, abyś przyznał, że marnujesz z Tobą czas? Możesz przyznać, że coś ci nie jest obeznane – pod warunkiem, że natychmiast po tym przyznaniu obiecasz, że to rozwiążesz lub znajdziesz kogoś, kto to zrobi. Podniesienie rąk do zadania nie posunie sprawy do przodu. Poinformuj siebie i innych, że jesteś gotów zrobić to, co jest konieczne, aby to rozgryźć! Alternatywną odpowiedzią na „nie wiem” jest „Świetne pytanie. Pozwól mi to sprawdzić i rozgryźć. Nadal jesteś szczerzy, ale podążasz do rozwiązań zamiast sugerować nieudolność.

3. Skoncentruj się na możliwościach

Ludzie sukcesu postrzegają wszystkie sytuacje — nawet problemy i skargi — jako możliwości. Tam, gdzie inni widzą trudności, osoby odnoszące sukcesy wiedzą, że rozwiążane problemy oznaczają nowe produkty, usługi, klientów — i prawdopodobnie sukces finansowy. Pamiętaj: sukces to pokonanie wyzwania. Dlatego nie można odnieść sukcesu bez pewnego rodzaju trudności. To naprawdę nie ma znaczenia, jakie jest wyzwanie; tak długo, jak odpowiednio sobie z tym poradzisz, zostaniesz nagrodzony. A im większy problem, tym większa szansa. Kiedy problem istnieje dla całego rynku i wszystkich ludzi na nim, staje się on wyrównywaczem. Jedyną osobą, która się wyróżnia, jest osoba skoncentrowana na możliwościach, która postrzega te problemy jako szansę na sukces. Ci ludzie są w stanie wykorzystać dany problem, aby oddzielić się i zdominować rynek. Istnieją niezliczone sytuacje, które większość ludzi postrzega jako niepowodzenia i nic więcej: recesje, bezrobocie, kłopoty mieszkaniowe, konflikty, skargi klientów i zamykanie firm, żeby wymienić tylko kilka. Jeśli nauczysz się postrzegać je jako perspektywy, a nie problemy, ciągle będziesz na szczycie.

4. Wyzwania miłosne

Podczas gdy wielu ludzi nie znosi wyzwań — i wykorzystuje je jako powody do dalszego pogrążania się w obojętności — osoby odnoszące duże sukcesy są zmuszone i pobudzane przez wyzwania. Uważam, że idea bycia przytłoczonym jest wynikiem tego, że nigdy nie podejmujesz wystarczająco dużo działań, aby wygenerować wystarczającą liczbę wygranych. Sukces rodzi więcej sukcesów, a straty zwiększą szanse na większe straty. Wyzwania to doświadczenia, które wystrzają umiejętności ludzi sukcesu. Aby osiągnąć swoje cele, musisz dotrzeć do miejsca, w którym każde wyzwanie staje się dla Ciebie paliwem. Życie może być dość brutalne, a ludzie mogą z czasem ponieść spore straty. Wielu dochodzi do punktu, w którym każde nowe wyzwanie, z którym się zmagają, automatycznie oznacza stratę w ich umyśle. Istnieją jednak sposoby na rehabilitację, dzięki której trudy, których doświadczyleś przez całe życie, nie pozbawiają Cię już szansy na podchodzenie do nowych wyzwań z zapałem i podekscytowaniem.

Kiedy jesteś w stanie rozwinać bardziej pozytywne nastawienie, zaczynasz postrzegać wyzwanie jako stymulację do zaangażowania, a nie jako wymówkę, by czegoś uniknąć. Musisz ponownie nauczyć się pojęcia „wyzwania” — i wiedzieć, że każde wyzwanie daje szansę na wygraną. I nie oszukuj się — wygrywanie w życiu jest niezbędne. W każdej minucie każdego dnia twój umysł automatycznie śledzi twoje wygrane, przegrane i remisy — i robi to w oparciu o to, co wiesz, że jest twoim pełnym potencjałem. Im więcej wygrasz w życiu, tym wyższy będzie Twój potencjał — i tym bardziej pokochasz wyzwania.

5. Staraj się rozwiązywać problemy

Osoby odnoszące sukcesy uwielbiają szukać problemów, ponieważ wiedzą, że prawie każdy problem jest w jakiś sposób uniwersalny. Niektóre branże faktycznie stwarzają problemy, aby „rozwiązać” je poprzez sprzedaż Ci swoich produktów. (Pomyśl o wszystkich rzeczach, które kupiłeś przez lata, ponieważ ich „potrzebowałaś”. Czy naprawdę? A może byłś przekonany, że rozwiążą one jakiś problem, który miałeś lub nie miałeś?) Świetsnym przykładem są szczepienia przeciw grypie.

Wiele osób uważa, że są one konieczne, ale opinie lekarzy w tej sprawie są podzielone. Problemy dla odnoszących sukcesy są jak posiłek dla głodnych. Daj mi problem — jakikolwiek problem — a kiedy go rozwiążę, zostanę nagrodzony i mogę zostać bohaterem. Im większe problemy — i im więcej osób skorzysta na rozwiązaniu — tym większy będzie Twój sukces. Umieszczasz się na liście sukcesów, szukając problemów do rozwiązania — dla Twojej firmy, pracowników,

klienci, rząd — kimkolwiek są i gdziekolwiek mogą istnieć. Świat jest pełen ludzi, którzy mają — i niestety powodują — problemy. Jednym z najszybszych i najlepszych sposobów na oddzielenie się od mas jest ustalenie się jako ktoś, kto poprawia sytuację, a nie gorzej.

6. Trwaj aż do sukcesu

Zdolność do wytrwania na danej ścieżce bez względu na niepowodzenia, nieoczekiwane wydarzenia, złe wieści i opór — do wytrwałego lub zdecydowanego kontynuowania w jakimś stanie, celu lub kierunku działania pomimo warunków — jest cechą wspólną tych, którzy to robią. Zapewniam, że przynajmniej jestem bardziej wytrwały niż utalentowany. To nie jest cecha, którą ludzie mają lub nie mają; jest to coś, co można — i trzeba — rozwijać. Dzieci zdają się przejawiać tę cechę wrodzoną, dopóki nie zobaczą — poprzez socjalizację, rodzicielstwo lub połączenie obu — że większość ludzi tak nie postępuje. Jednak ta jakość jest niezbędna, aby każde marzenie stało się rzeczywistością.

Niezależnie od tego, czy jesteś sprzedawcą, osobą państwową, pracodawcą czy pracownikiem, będziesz musiał nauczyć się wytrwać we wszystkich typach sytuacji. To tak, jakby ta planeta miała jakiś rodzaj siły lub naturalnej tendencji — prawie jak grawitacja — która podważa zdolność ludzi do przetrwania. To prawie tak, jakby wszechświat próbował się dowiedzieć, z czego jesteś zrobiony, gdy nadal się z tobą konfrontuje. Wiem, że każde przedsięwzięcie, które podejmę, będzie wymagało ode mnie wytrwania w działaniach 10X, dopóki cały opór nie zmieni się we wsparcie. Nie staram się eliminować oporu; Po prostu idę dalej, dopóki kurs się nie zmieni, a moje pomysły zostaną utrzymane, a nie przeciwnie. Na przykład, miałem na Facebooku wariata, którego wsparcie próbowałem zdobyć, ale nie mogłem. Zamiast usuwać tę osobę, zapytałem moich obserwujących na Facebooku, co myślą o tej sytuacji i pozwoliłem im pogrzebać faceta i dalej mnie wspierać. Jeśli coś mnie nie wspiera, to po prostu wytrwam z takim sukcesem, że jakikolwiek opór przestanie istnieć.

Wytrwałość jest wielką zaletą dla każdego, kto chce pomnożyć swój sukces — ponieważ większość innych ludzi zrezygnowała z wrodzonej zdolności do wytrwania. Kiedy przeszkolisz się, aby zrobić wszystko, co konieczne, aby zapewnić sobie najlepszą psychiczną, emocjonalną i finansową pozycję do wytrwania — znajdziesz się na liście najbardziej udanych.

7. Podejmij ryzyko

Pewnego razu, gdy byłem w Vegas, mężczyzna siedzący obok mnie powiedział: „Te kasyna zawsze będą zarabiać pieniądze, ponieważ ludzie, którzy tu grają, nigdy nie są skłonni podejmować ryzyka na poziomie wystarczająco dużym, aby ich zlikwidować”. Nie sugeruję, żebyś wyszedł i próbował zniszczyć kasyno; jednak obserwacja tego mężczyzny przypomniała mi, jak wielu z nas jest uczonych, aby zachować ostrożność, być konserwatywni i nigdy tak naprawdę nie „gość na to” w wielkim stylu. Życie nie różni się zbytnio od Vegas; musisz coś włożyć do gry, aby otrzymać zwrot. W pewnym momencie będziesz musiał zaryzykować, a odnoszący sukcesy chcą to robić codziennie. Czy w naprawdę dużych kasynach życia i biznesu podejmujesz wystarczające ryzyko, aby osiągnąć sukces, którego chcesz i potrzebujesz? Większość ludzi nigdy nie posuwa się wystarczająco daleko, by zostać rozpoznany, przykuć uwagę i zrobić wielki plusk; starają się chronić lub zachować reputację, pozycję lub jakiś już osiągnięty stan. Odnoszący sukcesy są gotowi do podjęcia hazardu – aby to wszystko pokazać i wiedzieć, niezależnie od wyniku, że mogą wrócić i zrobić to ponownie. Pozwalają się na krytykę, oglądanie i oglądanie przez świat – podczas gdy ci, którym się nie powiodło, powstrzymują się i grają bezpiecznie. Przypomnij sobie stare powiedzenie: „Nic nie ryzykujesz, nic nie masz”. W tej chwili bardzo ważne jest, aby Twoja rodzina i przyjaciele wspierali Cię w podejmowaniu ryzyka i zaprzestaniu bezpiecznej zabawy.

8. Bądź nierozsądny

Nie, to nie jest błąd; mówi nierozsądne. W mojej książce *Sell to Survive* przedstawiłem pogląd, że odnoszący sukcesy sprzedawca musi być nierozsądny w stosunku do swojego klienta, aby sfinalizować sprzedaż. To wyraźnie stoi w sprzeczności z tym, czego większość z nas jest uczona – to znaczy, aby być rozsądny i logiczny. Bycie nierozsądnym wymaga działania bez racjonalnego rozważenia i niezgodnie z praktycznymi realiami. I tak – to właśnie chcę, żebyś zrobiła!

Kiedy większość ludzi widzi tę definicję, są zdezorientowani i myślą, że mówię im, żeby byli szaleni. Ale ludzie sukcesu zdają sobie sprawę, jak ważne jest działanie bez powodu. Wiedzą, że nie stać ich na działanie zgodnie z ustaloną rzeczywistością. Jeśli to zrobią, rzekome „niemożliwe” nigdy nie stanie się dla nich możliwe. Bycie 10X-er wymaga myślenia i działania nierozsądnie. W przeciwnym razie skończysz w taki sam sposób, jak wszyscy inni – zmuszony do przetrwania na resztach ludzi sukcesu. „Nierozsądne” nie oznacza bycia niestabilnym psychicznie – i spójrzmy prawdzie w oczy, kto nie jest trochę niespokojny – ale że odmawiasz potwierdzenia rzekomego „zdrowia psychicznego” rozsądnych działań, które nigdy nie przyniosą ci tego, czego chcesz. Większość świata gra zgodnie z jakimś zestawem głupich, bezużytecznych, rozsądnych zasad, które zapewniają, że będziesz dalej brnąć w niewoli jako

zwykły niewolnik. Pomyśl o tym: czy mielibyśmy samochody, samoloty, podróże kosmiczne, telefony i Internet — oprócz tysięcy innych rzeczy, które uważamy za oczywiste — gdyby ktoś nie zrobił czegoś, co inna osoba określiła jako „nierożądne”? Człowiek nie zrobiłby nic wyjątkowego, gdyby nie chęć nierożądna. Więc bądź jednym z nierożądnych. Zwykle są to ludzie, którzy robią ogromną różnicę w naszym świecie.

9. Bądź niebezpieczny

Odkąd byłeś dzieckiem, ktoś próbował chronić Cię przed niebezpieczeństwem. „Bądź ostrożny” to mantra, którą rodzice powtarzają swoim dzieciom, kupując produkty z całych branż, które zostały stworzone tylko po to, aby „bezpieczny dowód” domu w celu ochrony dziecka. Niestety, wiele osób dochodzi do punktu, w którym tak bardzo zależy im na unikaniu niebezpieczeństwa, że przestają naprawdę żyć! Jeśli spojrzysz wstecz na swoje życie, prawdopodobnie zobaczyś, że wyrządziłeś sobie tyle samo — a nawet więcej — krzywdy, będąc „ostrożnym”, niż będąc niebezpiecznym. Pomyśl o tym, kiedy ostatnio zostałeś zrаниony. Prawdopodobnie próbowałeś chronić coś tuż przed tym, jak to się stało. Bycie ostrożnym wymaga ostrożnego podejmowania działań — i nie ma mowy, abyś kiedykolwiek osiągnął 10-krotny poziom aktywności, zachowując ostrożność. Masowe działanie wymaga rzucenia ostrożności na wiatr, nawet jeśli naraża cię to na niebezpieczeństwo. Praca z potężnymi ludźmi jest sama w sobie niebezpieczna. Czy chcesz otrzymać dolary inwestycyjne od miliardera? Wynagrodzenie, które daje milion dolarów rocznie? Upublicznić swoją firmę? Jeśli tak, musisz być gotów być niebezpieczny, ponieważ w każdej z tych sytuacji będzie się od ciebie więcej oczekiwano. Aby zrobić coś wielkiego, musisz pogodzić się z bezpieczeństwem. Sposobem na upewnienie się, że bezpieczeństwo cię nie zabije, jest odpowiednie przeszkolenie, aby móc wejść na ring i wyjść zwycięsko.

10. Twórz bogactwo

Stosunek do bogactwa jest szczególnie istotnym rozróżnieniem pomiędzy finansowo udanym a nieudanym. Biedni ludzie wierzą, że muszą pracować, aby zarabiać pieniądze, a następnie spędzać życie na nic ważnego lub oszczędzać jak szaleni, aby to chronić. Bardzo udane wiedzą, że pieniądze są już stworzone. Myślą w kategoriach generowania bogactwa poprzez wymianę nowych pomysłów, produktów, usług i rozwiązań. Ci, którzy odnieśli sukces, zdają sobie sprawę, że nie są związani brakami. Oni

Wiedz, że pieniądze jest pod dostatkiem i płyną do tych, którzy tworzą produkty, usługi i rozwiązania – i że bogactwo nie ogranicza się do podaży pieniądza. Im bliżej jesteś ogromnych przepływów pieniędzy, tym większe masz szanse na stworzenie bogactwa dla własnych przedsięwzięć.

Myśl w kategoriach tworzenia pieniędzy i bogactwa, a nie wynagrodzeń i ochrony funduszy. Dowiedz się, jak tworzyć bogactwo poprzez wymianę świetnych pomysłów, wysokiej jakości usługi i skuteczne rozwiązywanie problemów. Spójrz na przykład, jak zachowują się potężne banki. Zbierają pieniądze za pomocą metod, które zmuszają innych ludzi do dawania im pieniędzy lub pożyczania ich od nich. Zastanów się, w jaki sposób bogaci ludzie posiadają nieruchomości, za które inni płacą czynszem.

Produkują pieniądze wyłącznie poprzez posiadanie tej własności i dlatego tworzą bogactwo. Ludzie, którzy inwestują we własne firmy, robią to w celu pomnażania swojego majątku, a nie dochodów. Z drugiej strony ci, którym się nie powiodło, wydają pieniądze na rzeczy, które zamożne jednostki wykorzystują do tworzenia bogactwa. Dochód jest opodatkowany; bogactwo nie jest. Pamiętaj: nie musisz „zarabiać” pieniędzy. To już zostało zrobione. Nie brakuje prawdziwych pieniędzy – tylko braki ludzi tworzących bogactwo. Przenieś swoją uwagę z oszczędzania pieniędzy na tworzenie bogactwa, a będziesz myślał tak, jak robią to ludzie sukcesu.

11. Szybko podejmij działania

O tym właśnie jest ta książka (mam nadzieję, że to już jest jasne!). Odnoszący duże sukcesy podejmują niewiarygodne ilości działań. Bez względu na to, jak wygląda ta akcja, ci ludzie rzadko nic nie robią — nawet gdy są na wakacjach (po prostu zapytaj swoich małżonków lub rodziny!). Niezależnie od tego, czy chodzi o skłonienie innych do podjęcia działań w ich imieniu, zwrócenie uwagi na swoje produkty lub pomysły, czy też po prostu rozdrabnianie tego w dzień i w nocy, odnoszący sukces konsekwentnie podejmowali wysokie poziomy działań — zanim ktokolwiek usłyszał ich nazwiska. Nieudane rozmowy o planie działania, ale nigdy nie zabierają się do robienia tego, co twierdzą, że mają zamiar zrobić — przynajmniej na tyle, aby kiedykolwiek uzyskać to, czego chcą. Ludzie sukcesu wychodzą z założenia, że ich przyszłe osiągnięcia polegają na inwestowaniu w działania, które być może dziś się nie opłacają, ale podejmowane konsekwentnie i wytrwale z biegiem czasu przedzej czy później przynoszą owoce.

Ogromne działania to jedyna rzecz, na której mogę polegać, nawet w trudnych czasach. Twoja zdolność do podejmowania działań będzie głównym czynnikiem określającym Twój potencjalny sukces — i jest to dyscyplina, na którą powinieneś codziennie spędzać czas. Nie jest to dar ani cecha, które miałem wystarczająco „szczęście”, aby je otrzymać lub odziedziczyć; to nawyk, który należy rozwijać. Lenistwo i brak działania to kwestie etyczne dla

ja. Uważam, że lenistwo jest nie do przyjęcia. Nie jest to „skaza charakteru” spowodowana przez jakąś wymyśloną chorobę, tak jak bardzo aktywna osoba nie jest w jakiś sposób „błogosławiona”. Nikt nie rodzi się, by sprintować lub biegać w maratonie, podobnie jak niektórzy ludzie rodzą się, by podejmować więcej działań niż inni. Działanie jest konieczne, aby osiągnąć sukces i może być jedyną cechą definiującą, która pozwoli Ci stworzyć listę ludzi sukcesu. Bez względu na to, kim jesteś i co robiłeś do tej pory w życiu, możesz rozwinąć ten nawyk, aby zwiększyć swój sukces.

12. Zawsze mów „tak”

Aby naprawdę się do tego zabrać w życiu i w biznesie, trzeba na wszystko powiedzieć „tak”. To coś, co ludzie odnoszący sukcesy robią raz za razem — nie dlatego, że mogą, ale dlatego, że zdecydowali się powiedzieć „tak”. Chętnie angażują się w życie i zdają sobie sprawę, że słowo „tak” ma w sobie więcej życia i możliwości — i jest wyraźnie o wiele bardziej pozytywne niż „nie”. Kiedy klient prosi mnie o zrobienie czegoś, mówię: „Tak, będę szczęśliwy/chciałabym/chciałabym, aby to zadziałało dla ciebie”. Mam takie powiedzenie: „Nigdy nie odmawiam, dopóki nie muszę”. To świetny sposób, aby powiedzieć komuś „nie” (to znaczy, jeśli absolutnie musisz). Kiedy masz możliwość zrobienia czegoś lub nie, zawsze mów tak! Życie to żyć — coś, co staje się niemożliwe do zrobienia, gdy ciągle mówisz „nie”. Chociaż wielu sugeruje, że ważne jest, aby wiedzieć, co powiedzieć „nie”, w rzeczywistości większość ludzi nie odważa się wyjść i nie doświadcza wystarczająco dużo w życiu. Odmawiają przyjmowania nowych rzeczy i doświadczeń tak często, jak powinni. Wiesz, że masz w sobie automatyczne „nie” gotowe do działania — takie, które jest poparte 100 powodami, dla których nie możesz, nie powinieneś lub nie masz czasu, aby coś zrobić. Spróbuj: powiedz tak na razie, aż odniesiesz taki sukces, że będziesz zmuszony dodać „nie” do swojego arsenału i zacząć zarządzać swoim czasem i wysiłkiem. Do tego czasu uczyń „tak” częścią swoich skutecznych nawyków. Powiedz tak swoim dzieciom, współmałżonkowi, klientom, szefowi i, co najważniejsze, sobie. Poprowadzi Cię do nowych przygód, nowych rozwiązań i nowych poziomów sukcesu.

13. Zobowiązuj się zwyczajowo

Odnoszący sukcesy w pełni i konsekwentnie angażują się w działania — niektóre z nich wymagają od nich postawienia na szali. To wraca do koncepcji bycia „wszystko w”, którą opisałem wcześniej. Odnosi się to również do działania z pewnym poziomem bezpieczeństwa i odmowy zachowania bezpieczeństwa. Ludzie, którym się nie powiodło, rzadko się do czegokolwiek angażują

całkowicie. Zawsze mówią o „próbowaniu”, a kiedy się popełniają, zwykle dzieje się to w destrukcyjnych czynach i nawykach. Zaangażowanie jest właściwie jedną z rzeczy, których brakuje . Zbyt wiele osób i organizacji nie angażuje się w pełni w swoje działania, obowiązki, zobowiązania i odpowiedzialność, aby zobaczyć wszystko przez całą drogę. Aby osiągnąć sukces, ważne jest, abyś porzucił testowanie temperatury wody i po prostu wskoczył do niej! Poświęcenie się czemuś do końca oznacza, że nie ma odwrotu. To tak jak wtedy, gdy wskakujesz do wody; kiedy zdecydujesz się na to, nie możesz się zatrzymać w powietrzu.

Wolałbym osobę, która jest w stanie w pełni się zaangażować, niż osobę, która jest całkowicie wykształcona każdego dnia. Zaangażowanie jest znakiem, że ktoś całkowicie zobowiązuje się do zajmowania stanowiska, kwestii lub działania. Ludzie sukcesu widzą problemy w przeszłości i są w stanie skupić się na obietnicy, którą złożyli sobie lub innym. Cały czas mają oko na wynik lub działanie. Kiedy zobowiązuję się zapewnić sukces sobie, mojej rodzinie, projektowi lub mojej firmie, oznacza to, że zrobię wszystko, co konieczne, aby to zobowiązanie stało się rzeczywistością i wypełniło swoje zobowiązanie. Zobowiązania nie są czymś, dla czego można się usprawiedliwić, nie są też czymś, z czym negocjuje się lub z czego można „zrezygnować”. Zaangażuj się w pełni tak, jakbyś już odniósł sukces i okaż to zaangażowanie wszystkim, z którymi pracujesz i dla których pracujesz.

14. Idź całą drogę

Jak mówią w AA: „Półśrodkи nic nam nie dały”. Dla członków oznacza to, że nie możesz stać się trzeźwy, jeśli pijesz — nawet trochę. W świecie sukcesu i osiągnięć półśrodkи nie przynoszą niczego pod względem wyników — z wyjątkiem zmęczenia osoby angażującej się w półśrodkи. Dlatego większość ludzi odnosi się do pracy jak do choroby. Tylko ci, którzy przejdą całą drogę i przejdą wszystko, dopóki nie skończą, doświadczają korzyści, jakie ma do zaoferowania miejsce pracy. Dopóki działanie nie przerodzi się w sukces, nie jest zrobione.

Dopóki nie uczynisz potencjalnego klienta klientem lub potencjalnego inwestora inwestorem, nie przeszedłeś do końca. To może wydawać się trudne, ale jeśli zadzwoniłeś do klienta 50 razy i nie doszło do skutku, to równie dobrze możesz w ogóle nie dzwonić do tej osoby. To jest moment, w którym ludzie stają się rozsądni i dlatego nie robią tego. Zobowiąż się do bycia całkowicie nierozsądnym i idź na całość.

Nie akceptuj żadnych wymówek! Zakaz osiedlania się!

15. Skoncentruj się na „Teraz”

Na sukces istnieją tylko dwa razy: teraz i w przyszłości. Ci, którym się nie powiodło, spędzają większość czasu w przeszłości i traktują przyszłość jako okazję do odwlekania. „Teraz” to okres, który ludzie sukcesu wykorzystują najczęściej do tworzenia przyszłości, której pragną, aby zdominować swoje otoczenie. Nie możesz robić tego, co robią ludzie, którym się nie powiodło, czyli używać jakiekolwiek wymówki, jaką mogą wymyślić, aby odłożyć zadania, które powinni wykonać natychmiast. Zamiast tego musisz zdobyć dyscyplinę, pamięć mięśniową i osiągnięcia, które wynikają z podejmowania ogromnych działań – podczas gdy inni myślą, planują i zwlekają. Natychmiastowe podjęcie działań pozwala tym, którzy odnoszą największe sukcesy, zaprojektować pożądaną przez siebie przyszłość. Odnoszący sukces rozumieją, że muszą teraz podejmować działania. Doskonale zdają sobie sprawę, że zwlekanie jest ostateczną słabością.

Reguła 10X wymaga natychmiastowego i masowego działania. Każdy, kto odkłada robienie tego, co może teraz zrobić, nigdy nie nabierze rozpędu i pewności, które z tego wynikają. Na przykład powiedziałem kiedyś moim pracownikom, że chcę, aby każdy z nich – nawet ci na stanowiskach administracyjnych – wykonał 50 telefonów. Od razu dostrzegłem oznaki paniki na twarzach wszystkich – jak gdyby było to niemożliwe do osiągnięcia, zważywszy na wszystko inne, co musieli zrobić. Więc powiedziałem im: „Każdy z was ma 30 minut na wykonanie telefonu – idźcie!” Następnie poszedłem do swojego biura i wykonałem 28 telefonów w 22 minuty.

Nie możesz pozwolić, aby nawet jedna sekunda zmartwień lub analizy opóźniła cię w takich sytuacjach — ponieważ każda sekunda poświęcona na myślenie jest sekundą działania, którą marnujesz! Będziesz zdumiony, jak wiele możesz zrobić, gdy przestaniesz myśleć, kalkulować i zwlekać, a po prostu zabierzesz się za to i wyrobisz w sobie nawyk działania. Chociaż może to spowodować, że będziesz czuć się tak, jakbyś stale reagował – powodując, że będziesz zbyt spontaniczny – sprawi to również, że zachowanie stanie się nawykiem. Niezbędne jest działanie — a nie ma cenniejszego czasu niż teraz. Podczas gdy inni próbują dowiedzieć się, jak coś zrobią, Ty już to skończyłeś. Osoba, która nadal będzie robić bardziej konsekwentnie, poprawi swoje umiejętności, kierując się czystym przetrwaniem i przystosowaniem. Zdyscyplinuj się do wykonywania teraz – nie później – a zapewniam cię, że ilość podejmowanych wysiłków szybko podniesie jakość pracy – i pobudzi cię do działania z większym przekonaniem i pewnością.

16. Wykaż się odwagą Odwaga to ta cecha

umysłu lub ducha, która pomimo strachu zmusza ludzi do stawiania czoła niebezpiecznym sytuacjom. Rzadko zdarza się, że ludzie czują się lub są opisywani jako odważni przed wydarzeniem, które zmusza ich do takiego działania. Mówią o nich raczej w wyniku podjęcia działań niezależnie od ich obaw. Żołnierze i bohaterowie nigdy nie nazywają siebie odważnymi, zanim zniosą trudności. Jeśli o nich chodzi, po prostu robią to, co muszą w danym momencie zrobić.

Często zauważysz, że ludzie sukcesu noszą w sobie aurę pewności siebie i przekonania, poczucie komfortu, a może nawet odrobinę arogancji. Zanim zaczniesz myśleć, że są one w jakiś sposób „inne”, powinieneś zrozumieć, że nabyli te cechy w wyniku podjęcia działań. Im częściej możesz robić rzeczy, które cię trochę przerażają, tym bardziej inni uznają cię za odważnego, a potem będą skłaniać się ku tobie.

Odwaga przychodzi do tych, którzy działają, a nie do tych, którzy myślą, czekają i zastanawiają się. Jedynym sposobem na udoskonalenie tej cechy jest podjęcie działań. Chociaż możesz trenować, aby zwiększyć swoje umiejętności i pewność siebie, odwagę można zdobyć tylko poprzez robienie — zwłaszcza rzeczy, których się boisz. Kto chce robić interesy lub wspierać kogoś, kto łatwo ulega jego lękom? Kto chce zainwestować w projekt, jeśli stojący za nim ludzie nie działają z pewnością siebie i odwagą?

Niedawno udzielił mi wywiadu ktoś, kto zapytał mnie: „Czy nic cię nie przeraża?” Pytanie mnie zaskoczyło, bo wiem, że odczuwam strach. Przypuszczam, że musi się wydawać, że się nie boję, ponieważ wykonuję działania czwartego stopnia – i z pewnością możesz zrobić to samo. Atakuj, dominuj i skupią uwagę na przyszłości, a następnie kontynuuj swoje działania – a twoja odwaga wzrośnie. Rób rzeczy, które cię przerażają częściej, a powoli zaczną cię przerażać trochę mniej – aż staną się tak nawykowe, że będziesz się zastanawiać, dlaczego w ogóle się ich bałeś!

17. Przyjmij zmianę

Ludzie sukcesu kochają zmiany, podczas gdy ci, którym się nie udało, robią wszystko, co w ich mocy, aby rzeczy się nie zmieniły. Ale jak możesz osiągnąć sukces, kiedy starasz się, aby rzeczy się nie zmieniły? To jest niemożliwe. Chociaż nigdy nie chcesz zmieniać rzeczy, które działają, zawsze powinieneś szukać sposobów na ulepszenie tego, co robisz. Odnoszący sukcesy mają oko na to, co będzie dalej. Poszukują potencjalnych, nadchodzących przemian rynkowych i przyjmują je zamiast je odrzucać. Udane spojrzenie na świat

przesunięcie i zastosowanie tego do tego, jak mogą usprawnić swoje działania i zwiększyć swoją przewagę. Nigdy nie utrzymują się na wczorajskich sukcesach. Wiedzą, że muszą się dalej dostosowywać, inaczej nie zwyciężą. Zmiana nie jest czymś, czemu można się oprzeć; to coś, co powinno Cię podekscytować. Steve Jobs firmy Apple jest tego doskonałym przykładem. Zmienia swoje produkty, zanim konkurencja zdąży nadrobić zaległości lub zanim konsumenti się nimi znudzą. Chęć zaakceptowania zmian to wspaniała cecha sukcesu.

18. Określ i obierz właściwe podejście

Odnoszący sukcesy wiedzą, że potrafią określić ilościowo, co działa, a co nie, podczas gdy ci, którym się nie powiodło, skupiają się wyłącznie na „ciężkiej pracy”. Właściwym podejściem może być ustanowienie programu public relations, który zmiękczy rynek, zapewni konsumentom odpowiednie narzędzie lub zmusi zarząd do nawiązania najskuteczniejszych kontaktów, znalezienia najlepszych pierwszych inwestorów lub zatrudnienia najwyższej jakości personelu. Jakakolwiek by nie była metoda, odnoszący sukcesy nie myślą w kategoriach ciężkiej pracy (choć oczywiście są chętni do ciężkiej pracy). Zamiast tego wymyślają, jak pracować „mądrze” i radzić sobie z sytuacją, znajdując i stosując właściwe podejście, aż odniosą sukces. Osoby, którym się nie powiodło, zawsze uważają pracę za trudną, ponieważ nigdy nie poświęcają wystarczająco dużo czasu, aby poprawić swoje podejście i ułatwić sobie pracę. Pierwsze trzy lata mojego życia jako sprzedawcy były ciężką pracą i dawały w najlepszym razie sporadyczne rezultaty. Potem poświęciłem dwa lata i tysiące dolarów na poprawę mojego podejścia — a sprzedaż nie była już „pracą”!

Ludzie sukcesu inwestują czas, energię i pieniądze w ulepszanie siebie. W rezultacie nie skupiają się na tym, jak ciężka jest praca, ale raczej na tym, jak satysfakcjonujące są wyniki! Kiedy wygrywasz, ponieważ udoskonaliłeś swoje podejście, nie poczujesz się jak praca; poczuje się jak sukces. I nic nie smakuje tak dobrze, jak zwycięstwo sukcesu.

19. Przełam tradycyjne pomysły

Najbardziej udane spośród odnoszących sukcesy wykraczają poza koncepcję zwykłej zmiany i rzucają wyzwanie tradycyjnemu myśleniu. Spójrz na organizacje takie jak Google, Apple i Facebook, a zobaczysz firmy, które rzucają wyzwanie tradycjom i tworzą nowe sposoby działania. Niszczą to, co już działa, aby dostać się w lepsze miejsce. Największy sukcesy szukają, aby tworzyć tradycje, a nie podążać

już ustanowionych. Nie bądź więźniem myślenia uzgodnionego przez innych. Znajdź sposoby na wykorzystanie tradycyjnego myślenia, które powstrzymuje innych.

Odnoszący sukcesy nazywani są „liderami myśli”, którzy projektują przyszłość myśląc przyszłościowo. Swoją pierwszą firmę zbudowałem na idei przełamywania tradycyjnych pomysłów, które jedna branża od dawna akceptowała, pokazując jej lepszy sposób na dbanie o klientów. Osoby odnoszące duże sukcesy nie są zainteresowane sposobem, w jaki rzeczy „zawsze były robione”; są zainteresowani znajdowaniem nowych i lepszych sposobów. Przyglądają się, dlaczego samochody, samoloty, gazety i domy zmieniły się tak mało w ciągu ostatnich 50 lat i próbują określić sposoby tworzenia nowych rynków. Słowo ostrzeżenia: Ci ludzie są również w stanie utrzymać istniejące struktury swoich firm, jednocześnie kwestionując konwencjonalne koncepcje i wprowadzając na rynek nowe produkty. Nie proponują zmiany dla samej zmiany; robią to, aby projektować doskonałe produkty, relacje i środowiska. Odnoszący sukcesy są gotowi rzucić wyzwanie tradycji, aby odkryć nowe i lepsze sposoby realizacji swoich celów i marzeń.

20. Bądź zorientowany na cel

Cel to jakiś pożądany cel — zazwyczaj coś jeszcze do osiągnięcia — którego osoba lub firma potrzebuje, aby iść naprzód. Ludzie sukcesu są bardzo zorientowani na cel i zawsze zwracają większą uwagę na cel niż na problem. Pozornie potrafią zginać pociski dzięki swojemu zaangażowaniu i skupieniu się na celu. Zdecydowanie zbyt wielu ludzi spędza więcej czasu na planowaniu tego, co dostaną w sklepie spożywczym, niż wyznaczaniu najważniejszych celów swojego życia. Jeśli nie będziesz koncentrować się na swoich celach, spędzasz swoje życie na osiąganiu celów innych ludzi — zwłaszcza tych, którzy są zorientowani na cel.

Cele są dla mnie niezwykle ważne. Każdy dzień zaczynam i kończę, spisując je i przeglądając. Za każdym razem, gdy napotykam porażkę lub wyzwanie, wyjmuję notatnik i ponownie zapisuję swoje cele. Pomaga to skupić moją uwagę na tym, dokąd pragnę się udać i na celach, które chcę osiągnąć — zamiast pozwalać mi skupiać się na trudnościach chwili. Umiejętność pozostania skoncentrowanym na celu i utrzymania orientacji na jego osiągnięcie jest niezbędna do osiągnięcia sukcesu. Chociaż staram się być skupiony na teraźniejszości, chcę skupić większą uwagę na szerszym obrazie moich celów, a nie tylko na zadaniu, które realizuję w danym momencie.

21. Bądź na misji

Podczas gdy ci, którym się nie powiodło, spędzają swoje życie na myśleniu w kategoriach pracy, ludzie sukcesu podchodzą do swoich działań tak, jakby byli na misji religijnej – a nie jak praca lub tylko „zadanie”. Odnoszący sukcesy pracownicy, pracodawcy, przedsiębiorcy i osoby zmieniające rynek uważają, że ich codzienne czynności są częścią ważniejszej misji, która znaczco zmieni sytuację. Zawsze myślą szerzej i kierują się na jakiś ogromny cel do osiągnięcia. Dopóki nie zaczniesz podchodzić do swojej pracy tak, jakbyś był na misji, zawsze zostanie ona zredukowana do „tylko pracy”. Musicie podejmować wszelkie działania z gorliwym nastawieniem, aby to przedsięwzięcie mogło na zawsze zmienić świat. Do każdej rozmowy telefonicznej, e-maila, wizyty handlowej, spotkania, prezentacji i dnia spędzionego w biurze podchodź nie jak do pracy, ale do powołania, z którego zawsze będziesz znany. Dopóki nie przyjmiesz takiej postawy, na zawsze utkniesz w pracy – i prawdopodobnie takiej, która nie jest zbyt

22. Miej wysoki poziom motywacji

Motywacja odnosi się do aktu lub stanu pobudzenia do działania. Aby odnieść sukces, ważne jest, abyś był pobudzony, podekscytowany i zmotywowany do pewnych działań lub działań. Chociaż definicja motywacji sugeruje, że działanie ma swoje uzasadnienie, badanie ludzi odnoszących sukcesy pokazuje również, że ich wysoki poziom aktywności jest napędzany przez koncentrację na celu i misję. Nieudane demonstrują niski poziom motywacji, błędzenia oraz braku jasności i celu. Podwyższona motywacja jest oczywiście kluczowa dla działań 10X i wytrwałości. To nie jest ten rodzaj entuzjazmu, który trwa kilka godzin, dzień lub tydzień; opiera się na tym, co robisz każdego dnia, aby stymulować siebie do działania i inspirować się do dalszego działania. Ludzie odnoszący duże sukcesy nieustannie szukają i odkrywają powody, by być wiecznie prowokowanym do nowych poziomów sukcesu. Może dlatego ludzie sukcesu nigdy nie są usatysfakcjonowani. Ponieważ wciąż są zmuszeni przez nowe powody, by iść naprzód, osiągają te nowe cele, a następnie regenerują się do następnej rundy. Są nieustannie pobudzani do wyższych poziomów działania i osiągnięć.

Podczas moich seminariów otrzymuję jedno pytanie częściej niż jakiekolwiek inne: „Jak utrzymać motywację?” Odpowiedź? Tworzę nowe powody, aby się ciągle pojawiać. Nieudane bezustannie sugerują: „Gdybym miał to, co [ta osoba] miała, przeszedłbym na emeryturę”. Ale ani przez chwilę nie wierzę w to twierdzenie. Przede wszystkim nie wiedzą, czy to prawda, bo nie potrafią powiedzieć, jak zareagują na sukces. Jest możliwe – i bardzo prawdopodobne – że sukces, który osiągnęli, obejmowałby również niektóre...

odpowiedzialność i obowiązek kontynuowania produkcji w celu utrzymania rzeczy. Motywacja to praca wewnętrzna. Nie mogę cię zmotywować, a ty nie możesz zmotywować nikogo innego. Możesz zachęcać, możesz rzucać wyzwanie i możesz inspirować, ale prawdziwa motywacja – podstawowy powód, dla którego coś robisz – musi pochodzić z wnętrza. Robię to, wyznaczając sobie cele codziennie, abym był zachwycony. Patrzę na rzeczy, które wydają się być poza moim zasięgiem – nie tylko rzeczy materialne, ale także osiągnięcia i osiągnięcia innych ludzi – aby skupić uwagę na możliwości. Wszystko, co możesz zrobić, aby zachować wysoką motywację, będzie miało kluczowe znaczenie dla Twojego zaangażowania 10X.

23. Interesuj się wynikami

Ludzie sukcesu nie cenią wysiłku, pracy ani czasu spędzonego na czynności; cenią wyniki. Osoby, którym się nie powiodło, przywiązują dużą wagę do czasu, jaki spędzają w pracy i prób osiągnięcia wyników – nawet jeśli nic się nie dzieje. Różnica jest tutaj związana z koncepcją bycia nierozsądnym.

Spójrzmy prawdzie w oczy: czy ci się to podoba, czy nie, liczy się tylko wynik. Jeśli „próbujesz” wyrzucić śmieci, ale udajesz się tylko do swojego frontowego holu, śmieci będą nadal gromadzić się w twoim domu – i będziesz mieć problem. Dopóki nie staniesz się całkowicie, nierozsądnie skupiony na osiąganiu tylko wyników, nie osiągniesz tego, czego pragniesz. Przestań klepać się po plecach za próby i zachowaj nagrody i wyróżnienia za faktyczne osiągnięcie. Jedź sam, aby nikt inny nie musiał. Bądź dla siebie surowy i nigdy nie daj się zwieść, dopóki nie osiągniesz rezultatów. Wyniki (nie wysiłki) — niezależnie od wyzwań, oporu i problemów — są głównym celem sukcesu.

24. Miejcie wielkie cele i marzenia

Ludzie sukcesu mają wielkie marzenia i mają ogromne cele. Nie są realistyczne. Pozostawiają to masom, które walczą o resztki. Drugie pytanie Reguły 10X brzmi: Jak wielkie są Twoje cele i marzenia? Klasę średnią uczy się realizmu, podczas gdy ci, którzy odnieśli sukces, myślą o tym, jak szeroko mogą się rozprzestrzenić. Największym żalem w moim życiu jest to, że początkowo stawiałem sobie cele i cele w oparciu o to, co było realistyczne, a nie gigantyczne, radykalne myślenie. „Wielkie myślenie” zmienia świat. To właśnie sprawia, że Facebook, Twitter, Google — lub cokolwiek będzie dalej. Realistyczne myślenie, małe cele i trywialne marzenia po prostu nie dostarczą Ci motywacji — a wylądują

walnij w środek, rywalizując z masami. Wielkie marzenia, wielkie, a potem wymyśl, jak osiągnąć większe! Przeczytaj wszystko, co możesz o wspaniałych ludziach i osiągnięciach wielkich firm. Otaczaj się wszystkim, co możesz, co inspiruje Cię do wielkiego myślenia, działania i osiągnięcia pełnego potencjału.

25. Stwórz własną rzeczywistość Odnoszący

sukcesy są bardzo podobni do magów; nie zajmują się rzeczywistością innych ludzi. Zamiast tego są nastawieni na tworzenie dla siebie nowej rzeczywistości, która różni się od tej, którą akceptują inni. Nie interesują ich to, co inni uważają za możliwe lub niemożliwe; dbają tylko o to, aby wyprodukować rzeczy, o których marzą, są możliwe. Nigdy nie są zaprzedanią ideą radzenia sobie z przekonaniami lub wytycznymi innych i nie poddają się uzgodnionej „rzeczywistości”. Chcą tworzyć to, czego chcą, i bardzo lekceważą, a nawet nie lubią, masowego porozumienia. Zrób trochę badań, a zobaczysz, że ci, którzy zrobili to naprawdę duże, stworzyli rzeczywistość, która nie istniała, zanim się pojawiły. Niezależnie od tego, czy jest to sprzedawca, sportowiec, artysta, polityk czy wynalazca, wielkość osiągają ci, którzy nie myślą o byciu praktycznym i zamiast tego mają obsesję na punkcie tworzenia rzeczywistości, którą chcą stworzyć. Następna rzeczywistość tego, jak rzeczy będą lub mogą być, jest tak odległa, jak następna osoba, która ją tworzy.

26. Najpierw potwierdź — dowiedz się później

Na pierwszy rzut oka może się to wydawać wysoce niepożądaną, a nawet niebezpieczną cechą osób, które odnosły duży sukces. Jest jednak o wiele mniej niebezpieczna niż alternatywa często praktykowana przez nieudaczników.

Większość ludzi zakłada, że najpierw muszą wszystko wymyślić, a kiedy już to zrobią, popełnią zobowiązanie; jednak wydaje się, że nigdy się do tego nie zbliżają. Nawet jeśli się domyślą i są gotowi do zaangażowania się, zwykle odkrywają, że taka okazja już nie istnieje lub że ktoś inny odebrał łupy.

Zobowiązanie w pierwszej kolejności oznacza uzyskanie 100 procent za to, do czego się zobowiązasz, zanim odkryjesz każdy szczegół. To właśnie pozwala małym firmom i dzikim przedsiębiorcom przechytrzyć innych większych, bogatszych konkurentów. Wczorajsze wielkie firmy stają się tak potężne i tak zakochane w warstwach zarządzania, że ich pracownicy spędzają większość dni na spotkaniach, co powoduje, że stają się ostrożni i niezdolni do wyzwalania

robili, kiedy podejmowali ryzyko i rozwijali się. Chociaż może być ryzykowne, aby najpierw zaangażować się, a resztę rozgryźć później, wierzę, że kreatywność i rozwiązywanie problemów są stymulowane tylko wtedy, gdy osoba w pełni się zaangażuje. Chociaż przygotowanie i szkolenie mają kluczowe znaczenie, wyzwania rynku będą wymagać działania, zanim zdecydujesz, jak sprawić, by wszystko się udało. Niekoniecznie najmądrzejsi i najbystrzejsi wygrywają w grze o życie, ale raczej ci, którzy potrafią najbardziej namiętnie zaangażować się w ich sprawę.

27. Bądź wysoce etyczny

Jest to obszar zamieszania dla wielu ludzi — zwłaszcza gdy widzą, jak rzekomo odnoszący sukcesy ludzie trafiają do więzienia. Cóż, jeśli o mnie chodzi, nie ma znaczenia, ile odniesiesz sukcesu. Pójście do więzienia byłoby natychmiastowym dyskwalifikacją. Nawet jeśli przestępca nie zostanie złapany, nadal jest przestępca — i dlatego nie jest w stanie odnieść prawdziwego sukcesu. Znam ludzi, którzy nigdy nie skłamałiby ani nie ukradli ani grosza, których nie uważam za etyczne — ponieważ nie zadają sobie również trudu, aby wypełniać swoje zobowiązania jako dostawcy bezpieczeństwa i wzory do naśladowania dla swoich rodzin i przyjaciół. Jeśli nie chodzisz do pracy codziennie — i robisz wszystko, co w Twojej mocy, aby odnieść sukces — to okradasz swoją rodzinę, przyszłość i firmę, dla której pracujesz. Zawarłeś umowy — dorozumiane lub ustne — ze wspólnałożonkiem, rodziną, współpracownikami, menedżerami i klientami. Im większy sukces osiągniesz, tym lepiej będziesz w stanie zadbać o te umowy. Dla mnie bycie etycznym nie oznacza po prostu grania zgodnie z ustalonimi zasadami społeczeństwa. Uważam również, że bycie etycznym wymaga od ludzi robienia tego, co powiedzieli innym — i robienia tego, aż osiągną pożądane rezultaty. Podejmowanie wysiłku bez rezultatu nie jest etyczne, ponieważ jest formą okłamywania samego siebie i niewywiązywania się ze swoich zobowiązań i zobowiązań. Próbowanie, pragnienie, modlitwa, nadzieję i pragnienie nie doprowadzą cię tam. Moim zdaniem etyczni ludzie osiągają pożądane rezultaty i tworzą tak duży sukces dla siebie, swojej rodziny i firmy, że mogą przetrwać każdą burzę i odnieść sukces bez względu na trudności.

Jednym z osobistych doświadczeń, z którego jestem najbardziej dumny, była moja zdolność do przetrwania dwóch lat w bardzo trudnym środowisku gospodarczym, podczas gdy stawałam czoła innym, jeszcze poważniejszym wyzwaniom w moim życiu — i nadal byłam w stanie rozwijać swoją firmę i zapewnić sobie rodzinę. Wszystko, co nie zapewni długoterminowego sukcesu, oznacza narażenie wszystkich w swoim życiu — w tym siebie — na ryzyko. Nie mówię tutaj o etyce „kasy fiskalnej”, ale raczej o większej koncepcji życia zgodnie ze swoimi możliwościami i potencjałem, a także niewypowiedzianymi lub

wyraźne zobowiązania. Samo wyrażenie zgody na bycie ojcem, mężem, przedsiębiorcą lub właścicielem firmy – lub jakąkolwiek rolę, jaką odgrywasz – niesie ze sobą dorozumiane zobowiązania i porozumienia. Uważam za nieetyczne niepełne wykorzystanie darów, talentów i umysłu, którymi zostałem pobłogosławiony. Tylko Ty możesz zdecydować, co jest dla Ciebie etyczne. Sugerowałbym jednak, że jakąkolwiek rozbieżność między tym, co wiesz, że możesz zrobić, a tym, co osiągasz, jest kwestią etyczną. Największe sukcesy wśród nas kierują się etycznym obowiązkiem i motywacją do zrobienia czegoś ważnego, co współgra z ich potencjałem.

28. Interesuj się grupą

Możesz robić tak dobrze, jak ludzie wokół ciebie. Jeśli wszyscy wokół ciebie są chorzy, słabo radzą sobie i walczą, to przedżej czy później popadniesz w tę chorobę jak wszyscy inni. Na przykład emerytury dławią władze miejskie i stanowe, ponieważ garstka ludzi interesowała się własną sytuacją i nie zastanawiała się, jaki wpływ miałaby ona na całą grupę. Tego rodzaju myślenie „ja najpierw” – bez względu na grupę – ostatecznie dlawi tę samą grupę, od której zależy przetrwanie jednostki. To egoistyczne podejście później sprawia, że przetrwanie grupy jest prawie niemożliwe – i naraża na niebezpieczeństwo nawet to, co było obiecane.

Zdrowie i dobrostan większej populacji powinny mieć ogromne znaczenie dla każdego członka z osobna — o czym wiedzą najbardziej odnoszący sukcesy.

Możesz odnieść taki sukces, jak osoby, z którymi się angażujesz i kojarzysz. Nie ma znaczenia, jakie stanowisko zajmujesz – czy prowadzisz grupę, czy jesteś jej częścią – twój sukces ogranicza się do umiejętności osób wokół ciebie. Nie oznacza to, że ludzie sukcesu nie są zainteresowani sobą. Po prostu zdają sobie sprawę, że muszą poświęcać energię i wyrażać zainteresowanie swoimi współpracownikami, ponieważ wiedzą, że jeśli nie radzą sobie dobrze, nawet najbardziej zamożni zostaną z nimi ściągnięci. W rzeczywistości jest to do pewnego stopnia służenie sobie samym, dbanie o to, co dzieje się z innymi. Chcesz, aby wszyscy w Twojej drużynie wygrywali i poprawiali się, ponieważ może to poprawić Twoją grę. Z tego powodu zawsze chcesz zrobić wszystko, co w Twojej mocy, aby przenieść resztę zespołu na wyższy poziom.

29. Bądź oddany ciąglemu uczeniu się

Według raportów, dyrektorzy generalni odnoszący największe sukcesy czytają średnio 60 książek i

uczestniczyć w więcej niż sześciu konferencjach rocznie – podczas gdy przeciętny amerykański pracownik czyta średnio mniej niż jedną książkę i zarabia 319 razy mniej.

Chociaż media często dyskutują o dysproporcji między bogatymi a biednymi, często nie uwzględniają ilości czasu i energii, jaką bogaci poświęcili na czytanie, studiowanie i edukację. Ludzie sukcesu znajdują czas na zjazdy, sympozja i czytanie. Nigdy nie było książki, programu audio, pobierania, webinaru ani przemówienia, z których nie skorzystałem — nawet od tych, które były do niczego.

Ludzie, których znam, którzy odnoszą największe sukcesy, czytają wszystko, co mogą dostać w swoje ręce. Podchodzą do książki za 30 dolarów, jakby miała potencjał, by zarobić na nich milion dolarów. Widzą każdą okazję do szkolenia i edukacji jako najbardziej solidną i pewną inwestycję, jakiej mogą dokonać. Z drugiej strony osoby, które nie odniosły sukcesu, po prostu martwią się kosztami książki lub seminarium, nie zastanawiając się nad korzyściami, jakie przyniesie. Dołącz więc do grona ludzi sukcesu, którzy wiedzą, że ich dochody, bogactwo, zdrowie i przyszłość zależą od ich zdolności do ciągłego poszukiwania nowych informacji i nieustannego uczenia się.

30. Bądź niewygodny

Ci, którzy odnieśli sukces, byli – w takim czy innym momencie swojego życia – skłonni postawić się w niewygodnych sytuacjach, podczas gdy ci, którym się nie udało, szukają pocieszenia we wszystkich swoich decyzjach. Najważniejszymi rzeczami, jakie zrobiłem w życiu, nie były rzeczy, które robiłem wygodnie; w rzeczywistości wiele z nich bardzo mnie niepokoilo. Niezależnie od tego, czy chodziło o przeprowadzkę do nowego miasta, dzwonienie do klienta na zimno, poznawanie nowych ludzi, robienie nowej prezentacji, czy zapuszczanie się w nowe sektory, większość z nich była dla mnie niewygodna, dopóki się do tego nie przyzwyczaiłem. To bardzo kuszące, aby zadowolić się swoim otoczeniem, codziennymi rytuałami i nawykami — z których większość prawdopodobnie nie sprzyja twojej misji. Dobrze się czuje, gdy wszystko jest znajome. Jednak ludzie sukcesu są gotowi postawić się w nowych i nieznanych sytuacjach. Nie oznacza to, że zawsze zmieniają się tylko po to, by się zmienić; wiedzą jednak, że bycie zbyt wygodnym, zbyt zrelaksowanym i zbyt znanym powoduje, że osoba staje się miękka i traci swoją kreatywność i głód pozostawania z przodu. Więc bądź gotów czuć się niekomfortowo i rób to, co sprawia, że inni również czują się niekomfortowo. To pewny znak, że jesteś w drodze do

powodzenie.

31. „Sięgnij” w związkach

Gdyby to zależało ode mnie, byłby to podstawowy kurs za każdy rok, w którym ktoś uczęszczał do szkoły. Obejmuje to ćwiczenia, podczas których ludzie są zachęcani do robienia rzeczy, które nie są dla nich wygodne. Odnoszący sukcesy nieustannie mówią o tym, że wokół nich są mądrzejsi, mądrzejsi i bardziej kreatywni. Jest mało prawdopodobne, że usłyszysz, jak któryś z nich mówi: „Dostałem się tutaj, otaczając się większą liczbą ludzi takich jak ja”. Jednak przeciętny człowiek zazwyczaj spędza czas z ludźmi o podobnych poglądach, a nawet z tymi, którzy wnoszą do stołu mniej niż oni mówią.

Wyrób nawyk „sięgania w górę” we wszystkich swoich związkach — w kierunku ludzi, którzy są lepiej powiązani, lepiej wykształcieni i odnoszą jeszcze większe sukcesy. Te osoby mają o wiele więcej do dzielenia się niż twoi rzekomi „równi”. Ten nawyk jest związany z ich chęcią do zmiany, kwestionowania tradycji, rozwoju i robienia tego, czego inni nie mogą pojąć. Sięgnij w górę — nigdy w bok i nigdy w dół! Musisz opierać swoje decyzje na tym, co będzie największą inwestycją, która doprowadzi cię do etycznego zobowiązania do osiągnięcia sukcesu dla siebie, swojej rodziny i firmy. Ludzie, z którymi się otaczasz, będą mieli wiele wspólnego z tym, czy osiągniesz swoje cele — czy nie. Nie chcesz iść poziomo. Chcesz iść w górę — i robisz to, łącząc się z większymi myślicielami, większymi marzycielami i większymi graczami. Czarne pasy nie uczą się nowych umiejętności od białych pasów. Można im przypomnieć podstawy, ale biały pas nie może przenieść czarnego pasa na czerwony. I nie możesz zostać golfistą zdrapką, grając z golfistami bogie. Musisz wchodzić w interakcje z ludźmi, którzy są lepsi od ciebie. To jedyny sposób, aby stać się lepszym.

32. Bądź zdyscyplinowany

Pamiętaj: nie mówimy tu tylko o pieniądzach. Odnosi się to do odnoszenia sukcesów we wszystkich dziedzinach życia — a żeby to osiągnąć, nie będziesz w stanie pójść na kompromis w tej rzeczy zwanej dyscypliną. Dyscyplina to uporządkowane, nakazane zachowanie, które zapewni ci to, czego chcesz — i jest to wymóg dla graczy 10X. Niestety, dyscypliny większości ludzi wyglądają bardziej jak złe nawyki, a nie — co prawda niewygodne — działania 10X, które powinni podejmować w kółko.

Dyscyplina jest tym, czego używasz, aby ukończyć każdą czynność, dopóki czynność — niezależnie od tego, jak nieprzyjemna — stanie się twoją normalną procedurą operacyjną. Aby kiedykolwiek osiągnąć i utrzymać sukces, musisz określić, które nawyki są konstruktywne — i zdyscyplinować zarówno siebie, jak i swoją grupę (patrz punkt 28).

te rzeczy w kółko.

Jeśli stwierdzisz, że nie masz wszystkich wymienionych wcześniej cech sukcesu i nawyków — lub widzisz, że przez większość czasu masz większość lub niektóre z nich, ale od czasu do czasu trochę spadasz — nie martw się. Spodziewam się, że większość ludzi, którzy to czytają, nie wykazuje konsekwentnie wszystkich tych cech przez cały czas. Uświadom sobie, czym jest lista, trzymaj ją blisko siebie i podejmij nowe zobowiązanie, aby uczynić te techniki częścią tego, kim jesteś, a nie tylko czymś, co „robisz”. Chociaż nie działam osobiście w kolumnie sukcesu przez 100 procent czasu, dokładam wszelkich starań, aby spędzać większość czasu robiąc to, co robią ludzie sukcesu.

Żadna z rzeczy na tej liście nie jest cechą nadludzką. Każdy jest osiągalny. Nie używaj tylko jednej lub dwóch technik. Zaczni myśleć i działać z nimi, a staną się częścią Ciebie. Wykorzystaj je wszystkie.

Exercise

Without looking, name five traits of successful people and their counterparts.

What do you do best now?

What do you need to work on more?

Rozdział 23

Pierwsze kroki z 10X

Więc od czego w ogóle zacząć z tym wszystkim? Jakie wyzwania możesz napotkać? A jak sprawić, by 10X była naprawdę wytrwałą dyscypliną? Wszystko, co naprawdę musisz zrobić, to spojrzeć na listę tego, co robią ludzie sukcesu, aby określić, co musisz zrobić. Kiedy zacząć? No cóż, pamiętaj: są tylko dwa razy, które istnieją dla ludzi sukcesu. Chcesz skupić się do pewnego stopnia na teraźniejszości, ale najwięcej uwagi poświęcić przyszłości, którą pragniesz stworzyć. Z pewnością nie możesz zacząć wczoraj, a jeśli poczekasz do jutra, nie odniesiesz sukcesu, ponieważ naruszyłeś ważną zasadę sukcesu: działaj od czasu do czasu, ze świadomością, że wystarczająco dużo działań podjętych teraz spowoduje przyszłość. Kiedy ludzie sukcesu stają się leniwi, dodają czasu na swoje decyzje. W tym momencie prawdopodobnie bardziej troszczą się o ochronę tego, co mają, niż o tworzenie nowych poziomów sukcesu. A ochrona sukcesu lub co z nim zrobić, gdy już go osiągniesz, nie jest tym, o czym jest ta książka!

Napisałem tę książkę w wieku 52 lat i obecnie odnoszę dla siebie wystarczający sukces, tylko po to, by mieć apetyt na więcej. Naprawdę wierzę, że muszę jeszcze całkowicie wypełnić swoje zdolności lub zdolności. Nie chcę tego tylko dla gry czy pieniędzy, ale przede wszystkim dlatego, że naprawdę uważam, że to etyczny obowiązek wykorzystania mojego potencjału. Cokolwiek – lub ktokolwiek – cię prowadzi, idź po to teraz – i przestań być rozsądny ze sobą.

Pisząc to, podejmuję się poważnej ekspansji osobistej i zawodowej – jednocześnie powiększając moją rodzinę i moje filantropijne pragnienia. Wszyscy w mojej organizacji, a nawet moi klienci, powiedzą ci, że kiedy coś robię, zawsze idę teraz z nieuzasadnioną wiarą, że zrobię wszystko, co konieczne, aby osiągnąć moje cele. Nie jestem organizatorem, świętym planistą ani managerem. Zdaję sobie sprawę, że podejmowanie działań bez dodawania czasu, spotkań i nadmiernej analizy jest zarówno zaletą, jak i wadą. Osoby, które mnie znają, prawdopodobnie również powiedziłyby Ci to, gdy rozpoczynam projekt – czy jest to pisanie nowej książki, tworzenie programu seminaryjnego, opracowywanie nowego produktu, rozpoczęcie nowego treningu, ulepszanie mojego małżeństwa, czy spędzanie czasu z moim córkiem – robię to całkowicie. Jestem w pełni zaangażowany, jak głodny pies na wozie ciężarówki z mięsem. Znam siebie dość dobrze. Kiedy się w coś angażuję, jestem całkowicie nierozsądny w podejmowanych działaniach, dopóki nie uzyskam pożądanych rezultatów. Nie szukam wymówek dla siebie ani nie pozwalam innym się usprawiedliwiać.

Teraz oznacza teraz – nie za minutę. Zaczni od pierwszych rzeczy; sporządź swoją początkową listę celów, a następnie listę działań, które będą cię napędzać w tym kierunku. Następnie — bez zastanowienia — zaczni podejmować te działania. Kilka rzeczy, o których należy pamiętać na początku: 1. Nie ograniczaj swoich celów podczas ich pisania.

2. Nie zgub się w szczegółach, jak je wykonać w tym momencie.
3. Zadaj sobie pytanie: „Jakie działania mogę dziś podjąć, aby przybliżyć mnie do tych celów?”
4. Podejmij wszelkie działania, które wymyślisz — bez względu na to, jakie one są i jak się czujesz.
5. Nie docenaj przedwcześnie wyniku swoich działań.
6. Wracaj każdego dnia i przeglądaj listę.

Gdy zaczynasz na tej ścieżce 10X, możesz czuć się nieco przytłoczony. Możesz nawet zauważycią tendencję do wygadywania się z rozpoczętym i podejmowaniem działań. Nie daj się skusić, by czekać. Wiesz, że zwlekanie nie działa.

Pomyśl o sobie jak o samochodzie, który ugrzązł w błocie; potrzebujesz tylko tyle przyczepności, aby przesunąć się o cal, a potem możesz zacząć wychodzić. Może to wymagać ubrudzenia się, ale z pewnością jest to lepsze niż utknienie.

Jak wspomniałem wcześniej, chcesz być świadomy przyjaciół i rodziny, którzy oferują rzekomą „radę”, ponieważ kochają cię i troszczą się o ciebie. Wielu z nich może sugerować, że nie chcą, abyś był „nierealistyczny”, a potem rozczarowany.

Słownictwo i sposób myślenia przeciętnych ludzi, nawet tych, których kochasz, są zawsze takie same — uważaj, zachowaj ostrożność, nie bądź niepraktyczny, sukces to nie wszystko, bądź zadowolony z tego, co masz, życie ma być żyłe, pieniądze cię nie uszczęśliwią, nie chcesz tak bardzo, uspokój się, nie masz doświadczenia, jesteś za młody, za stary — i tak dalej. Kiedy słyszysz, co mówią i myślą przeciętni ludzie, podziękuj im za rady. Następnie przypomnij im, że chcesz ich wsparcia w dążeniu do tego, i daj im do zrozumienia, że wolisz poświęcić się swoim marzeniom i celom i być rozczarowanym, niż nigdy się nie angażować i być rozczarowanym.

Pozwólcie, że podam prawdziwy przykład wykorzystania 10X, który miał miejsce podczas pisania tej książki. Czytając poniższy scenariusz zobaczyłeś, jak udało mi się wykorzystać wiele nawyków i cech sukcesu, aby osiągnąć cele, które sobie wyznaczyłem, a nawet wyjść poza to, co początkowo wyobrażałem.

Jakiś czas zanim napisałem moją ostatnią książkę, jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni, zdałem sobie sprawę, że chociaż zwykle podejmowałem w życiu masowe działania, jeszcze naprawdę nie pomyślałem z 10-krotną wielkością. Postanowiłem więc przetestować moją regułę 10X podczas pisania tej książki. Kiedy zresetowałem swoje cele, aby dopasować się do myślenia 10X, zdałem sobie sprawę, że jednym z moich celów było stać się nazwą, która jest synonimem szkolenia sprzedażowego. Chciałem stać się osobą, o której ludzie myślą w pierwszej kolejności, gdy rozwierają szkolenia sprzedażowe, motywację sprzedażową, strategie — cokolwiek związanego ze sprzedażą. To była koncepcja dominacji, którą miałem na myśli, kiedy pisałem. Jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni. Miałem swój nowy, znaczący cel — ale nie mam pojęcia, jak go osiągnąć.

Wiem jednak, że gdybym przestał i próbował wymyślić „jak” to zrobić, zanim zobowiązałem się do uczynienia tego swoim celem, nigdy bym nie zaczął. Prawdopodobnie od razu bym zdecydował, że to niemożliwe.

Kiedy już wyjaśniłem cel o odpowiedniej wielkości i uniknąłem przytaczania się szczegółami technicznymi i „jak” drobiazgami, pozwoliłem celowi określić, które działania będą najbardziej zgodne z jego rozmiarem. Wydawało się, że wystarczająco duży cel automatycznie skłoni mnie do właściwych działań. Mała sztuczka, której użyłem, polegała na zadaniu sobie wartościowych pytań, takich jak „Co muszę zrobić, aby stać się nazwą, o której ludzie myślą, jeśli chodzi o temat sprzedaży?” Natychmiast zacząłem spisywać odpowiedzi i pomysły: (a) Spraw, aby 6 miliardów ludzi wiedziało, kim jestem. (b)

Pobierz program telewizyjny. (c) Uzyskaj audycję radiową. (d) Zabierz moje książki do każdej księgarni i biblioteki. (e) Bierz udział we wszystkich głównych talk-showach i programach informacyjnych. (f) Jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś bestsellerem New York Timesa. (g) Zrób duży nacisk za pomocą mediów społecznościowych, aby ludzie na całym świecie zapoznali się z moim imieniem i nazwiskiem. Ponownie, nie wiedziałem, jak to zrobić w tym momencie – ani nie chciałem tego rozgryźć podczas tych wczesnych kroków. Wiem, że wykoleiłoby mnie tylko „jak to zrobić” i „nie można” i chciałem po prostu skupić się na trafieniu w cel.

Rozważając swój cel, jakim jest stanie się synonimem sprzedaży, wiedziałem, że wyznaczam sobie wystarczająco duży cel, aby mnie zainteresować. Zainspirowało mnie do zrobienia czegokolwiek zgodnego z odpowiedziami, które opracowaliśmy na nasze pytania dotyczące jakości. Każde działanie, które podjęliśmy z moją firmą, miało na celu wypromowanie mojego imienia. Nic nie wiedzieliśmy ani nie mieliśmy żadnych powiązań z telewizją. Napisałem dwie samodzielnie wydane książki, ale nie wiedziałem nawet, jak je opublikować, a tym bardziej sprzedawać w księgarniach. W tym czasie nie przeprowadzałem żadnych wywiadów w telewizji/wiadomościach ani w mediach i zakładałem, że strony takie jak Facebook i Twitter są dla ludzi, którzy nie mają nic lepszego do roboty. Jednak ze wszystkich celów, które wymieniłem, mocno wierzyłem, że największy huk przyniesie serial telewizyjny. Wiem, że wszystkie podjęte przeze mnie działania były w jakiś sposób powiązane i miały kluczowe znaczenie.

Natychmiast poszedłem do żony i poinformowałem ją, że w jakiś sposób dostanę program telewizyjny, w którym będę mógł zademonstrować, że potrafię wejść do dowolnej firmy w dowolnym miejscu i sprzedać wszystko w dowolnej gospodarce – i zwiększyć sprzedaż tej firmy.

Wiedziałem, że pomoże mi to uniknąć wszelkich potencjalnych niejasności wśród organizacji sprzedaży na całym świecie. Bez zastrzeżeń odpowiedziała: „To byłby niesamowity program telewizyjny! Byłbyś świetny – zróbmy to! Jak mogę pomóc?” Bez zadawania pytań — tylko pełne wsparcie.

Byłem bardzo podekscytowany, ale zrobiłem wszystko, co w mojej mocy, aby nie podzielić się moim nowym pomysłem z nikim, kto mógłby mi powiedzieć, że to niemożliwe. Zdałem sobie sprawę, że to duży i

wystarczająco ekscytujące wyzwanie, aby mieć za sobą wszystkie moje zasoby. Wiedziałem też, że to nie nastąpi z dnia na dzień.

Moim pierwszym posunięciem było poinformowanie mojego zespołu – i podkreślenie, że każdy projekt, który posuwał nas w kierunku naszego celu, musiał zostać wykonany. Wyjaśniłem, że nie chcę słyszeć „Nie mogę, nie możemy, to za trudne, nie da się tego zrobić”. Zaczęliśmy wykonywać ruchy 10X, dzwoniąc do każdego, kogo znaliśmy, a kto mógłby skontaktować mnie z kimś związanym z mediami, telewizją i branżą książkową. To był bolesny krok. Ludzie, którzy pracują w branży wydawniczej i telewizyjnej, widzieli więcej niż część porażek i dlatego przyjęli do patrzenia na takie projekty w dość pesymistycznym świetle. Nie wahali się dać mi znać – wielokrotnie – jak długo zajmie coś takiego i że nie mogę stawiać sobie zbyt wysokich oczekiwaniań. Uderzył mnie przecienny sposób myślenia zakorzeniony w tak wielu ludziach – taki, który powstrzymuje ich przed osiągnięciem tego, czego chcą. Wielokrotnie otrzymywałem komentarze typu „300 programów jest wystawianych na każdy odebrany program”, „Sieci nie wydają pieniędzy”, „Sprzedaż nie jest tematem, na którym ludzie się interesują”, „Napisano ponad 750 000 książek rok”, „Kiedy nie masz dobrze znanego nazwiska, bardzo trudno jest dostać się do telewizji” i tak dalej.

Chociaż może to być czas, kiedy wiele osób rozważa poddanie się, ja tego nie zrobiłem – i ty też nie możesz. Uświadom sobie, że każdy, kto próbuje „przerwać”, przechodzi przez to samo. Musiałem nieustannie lekceważyć pesymistów i ponownie koncentrować się na moich celach. Ponownie spojrzałbym na to, co musiałem zrobić, aby osiągnąć ten cel, a potem to zrobić – bez względu na to, czy byłem przestraszony, czy czułem się komfortowo. Pamiętaj: ludzie sukcesu ogarniają strach i dyskomfort!

Nie wiem, czy to z powodu tego, co robiliśmy, czy dlatego, że skupialiśmy się na tym, czego chcieliśmy, ale myślę, że musiało to być połączenie obu. Zatrudniłem swoją pierwszą firmę PR i choć było to kompletne rozczarowanie, nie poddałem się, bo wiedziałem, że to ważne. Kiedy drugi się nie sprawdził, zatrudniłem kolejnego. Realizowaliśmy wiele projektów jednocześnie; wszystkie wymagały czasu, energii, pieniędzy i kreatywności, a wszystkie były dla nas nowe. Nie miałem możliwości ocenić, czy to zadziała, czy nie. W dodatku robiłem to w czasach, gdy gospodarka była okropna. Wszyscy się kurczyli. Moja firma – i gospodarka jako całość – przeżywała największy spadek ekonomiczny, jaki widziałem w swoim życiu. Moi klienci redukowali pracowników nawet o 40 proc. Mój najlepszy konkurent przeciął swój personel o połowę, a niezliczeni inni dosłownie zamknęli drzwi. Całe firmy upadały, a nawet całe branże były zagrożone. Wszyscy się bali, ale pamiętałem o jednym ważnym: że najbardziej udane rozwijają się, podczas gdy inne stają się mniejsze. Podejmuję ryzyko

podczas gdy inni oszczędzają. Więc zamiast obciążć swój personel lub ograniczyć naszą ekspansję, wyeliminowałem własną pensję – i wziąłem pieniądze, które normalnie sam płaciłem, i wykorzystałem je do sfinansowania 10X.

Mimo, że stawałem przed wyzwaniem jak nigdy dotąd na każdym froncie, jaki można sobie wyobrazić, robiłem wszystko, co mogłem, aby utrzymać cel w centrum uwagi. Nie było to łatwe i nie było gwarantowanego wyniku, ale zrobiłem wszystko, co mogłem, aby przypomnieć sobie, że możemy to zrobić. Im bardziej się angażowałem, tym więcej stawałem czoła wyzwaniom. Czułem się prawie tak, jakby wszechświat próbował zobaczyć, jak silny jestem i czy mogę się tego trzymać. Moje firmy PR udzielili mi jednego nędznego wywiadu w ciągu trzech miesięcy, banki żądały coraz więcej pieniędzy, a moje dochody zostały odcięte (oczywiście przeze mnie – ale i tak bolało!). Jedyne, o co mi chodziło, to moje małżeństwo, przyjście na świat nowego dziecka i zaciekła wiara w moją zdolność do wytrwania i pracy. Byłem zakochany w moim celu 10X.

Wiedziałem, że to nie tylko dla mnie dobre, ale że świat musi poznać nowy sposób robienia rzeczy. Dla mnie nie była to tylko kwestia osobistego sukcesu; chodziło o bycie z misją pomocy. Cały świat cierpał ekonomicznie. Czułem, że mój cel jest na tyle istotny, by poruszyć poprzeczkę w wielkim stylu – i to nie tylko dla mnie. Czułem, że ryzyko ekspansji jest warte więcej niż pieniądze czy energia, którą wydatkowałem. Cel musi być cenniejszy niż ryzyko — w przeciwnym razie określiłeś zły cel.

Więc kontynuowałem swoje zaangażowanie, radziłem sobie ze strachem, stałem się jego fanatykiem i kontynuowałem zwiększanie działań w innych obszarach. Nie kontrolowałem PR, sieci telewizyjnych ani wydawnictw, więc zacząłem pracować nad tym, co mogłem kontrolować. Wszędzie, gdzie mogłem przekazać swoją wiadomość, robiłem to — i w końcu zaczęliśmy widzieć wyniki.

Zaczęliśmy dostawać telefony, żeby robić audycje radiowe, a nawet wywiady w telewizji. Pewnego ranka otrzymałem telefon z radia CNN, aby udzielić wywiadu na temat popiersia Fannie Mae i oczywiście się zgodziłem. Następnego ranka poproszono mnie, abym pojawił się w studiu o 3:30 nad ranem na wywiad dotyczący problemu wykluczenia i powiedziałem: „Tak, nie ma problemu – jestem twoim chłopcem!” Pamiętam telefon od PR-owców z pytaniem: „Czy możesz porozmawiać o kontrakcie z LeBronem Jamesem i jego wpływie na koszykówkę?” Powiedziałem tak i bezzwłocznie udało się do studia NBC. Dziesięć minut przed przyjazdem otrzymałem telefon, w którym zostałem poinformowany: „Temat się zmienił. Zamiast LeBrona będziesz mówić o związku między Levim Johnstonem i Sarah Palin.” Nie wiedziałem nic o Levi Johnston, ale nadal udzielałem wywiadu. Temat nie miał dla mnie znaczenia; Chciałem tylko, aby te źródła medialne wiedziały, że mogą liczyć na to, że się pojawię i dostarczę. Przypomniałem sobie, że celem nie było robienie...

wywiad w CNBC lub porozmawiać o Levim, ale żeby zwrócić uwagę świata – żeby ludzie zaczęli o mnie myśleć w chwili, gdy pomyśleli o sprzedaży.

Chociaż żadne z tych relacji nie przyniosłoby mi pieniędzy, to – co ważniejsze – uczyniłoby mnie znanym.

Następnie zaczęliśmy w ogromny sposób naciskać na front mediów społecznościowych. Naciskaliśmy tak mocno, że miałem klientów, znajomych, a nawet pracowników narzekających, że wysyłam za dużo e-maili i tworzym za dużo postów. Zamiast się wycofywać, zwiększałem ilość e-maili i postów, aż skargi przerodziły się w podziw. Przeszedłem od rozczarowania PR do przepełnienia rezerwacji (to był tylko jeden ze sposobów, w jaki moja masowa akcja stworzyła nowe problemy).

Starałam się też o program telewizyjny. Próbowałem spotykać się z agentami teatralnymi, managerami, dużymi agencjami i małymi agencjami, ale nawet oni nie chcieli się ze mną spotkać. Rozmawiałem z przyjaciółmi z Hollywood, którzy mieli doświadczenie z kanałami telewizyjnymi – i którzy od lat bezskutecznie prezentowali swoje własne programy reality show. Jednak nawet gdy wkraczałem w tę nową przestrzeń, nadal dodawałem drewno do rzeczy, które mogłem kontrolować: rozmów, telefonów do klientów, e-maili, mediów społecznościowych, pisania artykułów i moich regularnych podstawowych działań biznesowych. I za każdym razem, gdy byłem rozczarowany lub doświadczałem niepowodzenia, wracałem i spisywałem swoje cele. To zmusiło mnie do skupienia się na celu, a nie na trudnościach. Zawsze pamiętałem, że odnoszący sukcesy mają oko na swoje cele bez względu na wyzwania.

Pewnego dnia odebrałem telefon od agenta castingowego z grupą z Nowego Jorku, który poinformował mnie: „Natknęliśmy na jeden z twoich filmów na YouTube i sądzimy, że nadawałbyś się idealnie do programu telewizyjnego. Szukaliśmy kogoś takiego jak ty, ale nie byliśmy w stanie znaleźć właściwej osoby”. Moja odpowiedź? „Jestem właściwą osobą! Co tak długo zajęło ci znalezienie mnie? Potem dostałem nazwisko osoby odpowiedzialnej za projekt, zadzwoniłem do niego i powiedziałem, że tak się złożyło, że w ten weekend będę w Nowym Jorku — natychmiast podając zobowiązanie do projektu. (Nawiąsem mówiąc, nie miałem zaplanowanej wycieczki do Nowego Jorku przed tą rozmową. Miałem jednak na myśli spotkanie z kimś w sprawie programu telewizyjnego. Zabawne, jak to wszystko działa, co?) Producent powiedział mnie, że chciałby się ze mną spotkać. Powiedziałem mu, że będę tam pod koniec tygodnia i odłożyłem telefon.

Natychmiast pokazałem producentowi moją chęć i głód, aby wszystko poszło dobrze, i byłem gotów się zaangażować bez „wszystkich informacji”.

Pamiętaj: ludzie sukcesu najpierw angażują się, a resztę ustalają później. Niektórzy mogą twierdzić, że byłem zbyt porywcza, by skorzystać z okazji i twierdzić, że w ciągu tygodnia będę w Nowym Jorku. Ale mój kalendarz to

moje, aby zaplanować, co chcę i kiedy chcę. A ponieważ jestem całkowicie oddany mojemu sukcesowi jako moim obowiązkom, zdecydowałem, że „wyprawa do Nowego Jorku” będzie w moim kalendarzu. Nie potrzebuję do tego osobistego asystenta ani komputera. Daj sobie każdą przewagę i daj osobie po drugiej stronie każdą okazję, by iść naprzód. Nie dodawaj czasu, wahania i wątpliwości. Niech wszyscy w swoim życiu czytają z tego samego podręcznika. Nie czekaj, aż wydarzy się coś dobrego, a potem musisz dodać czas, sprawdzając u innych lub w swoim kalendarzu. To tylko spowolni twój pęd. Bądź stale przygotowany na sukces, abyś mógł wykorzystać nadarzającą się okazję!

Kiedy skończyłem rozmowę telefoniczną z producentem, zadzwoniłem do mojej asystentki i powiedziałem jej, żeby zabrała mnie do Nowego Jorku. Poinformowała mnie, że mam już inne zobowiązanie, którego nie mogę przełożyć. Nowe problemy — tak! Więc od razu sięgnąłem po telefon (strategia „zrób to teraz”) i wykorzystałem ten problem, aby mieć większy kontakt z moją nową szansą (pozyskiwanie klienta vs satysfakcja klienta). Zadzwoniłem i powiedziałem do Nowego Jorku, że nie mogę się tam dostać, jak tylko pomyślałem i oświadczyłem się innym razem. Co ciekawe, dla nich nowy czas okazał się lepszy. Poleciłem do Nowego Jorku za grosze (podejmuję ryzyko) i nie miałem pojęcia, co robię (co z tego). Kiedy tam dotarłem, dowiedziałem się, że właściciel firmy był związany z innym spotkaniem. Namówiłem mój kontakt, aby poprosił właściciela o zrobienie dla mnie zaledwie 10 minut czasu twarzą (nierozsądne). Błągałem jego strażników: „Chłopaki, spędziłem więcej czasu na linii bezpieczeństwa na lotnisku, niż go proszę — potrzebuję 10 minut, aby wyjaśnić moją wizję programu”. Właściciel niechętnie zdążył na czas — w ciągu pięciu minut mogłem powiedzieć, że był całkowicie zachwycony pomysłem. Potem spędzili ze mną godzinę i byłam pewna, że pojedzie dla mnie na kij. Kiedy wychodziłem, powiedział do mnie: „Każdy, kto ma tyle wiary i jasności, zostanę z tyłu”. Następnie grupa zdecydowała się rozpocząć prezentację koncepcji w sieciach.

Niedługo potem otrzymałem kolejny telefon od grupy z Los Angeles związanej z producentem reality TV, Markiem Burnettem. Poprosili mnie, żebyem była gościem w programie Joan Rivers, Jak się tak bogatym? (co było dla mnie trochę śmieszne, ponieważ nie uważam się za tak bogatego). Ale oczywiście zgodziłem się na pokaz. Tuż przed tym, jak ludzie z Joan Rivers wyszli, aby nakręcić odcinek, grupa z Nowego Jorku wysłała ekipę, aby przeprowadziła ze mną wywiad w celu uzyskania materiału do wykorzystania w sieciach. Kiedy to się skończyło, zadzwoniłem do moich nowych najlepszych kumpli w Nowym Jorku i przekazałem im swoją opinię: „Wywiad poszedł dobrze — ale nie ma mowy, żeby to sprzedało program. Szefowie studia muszą się ze mną spotkać, żebyem mógł sam to sprzedać, albo musimy nakręcić mnie, gdy wejdę do firmy i naprawdę zwiększymy sprzedaż i uwiecznimy to w aparacie”. Otrzymałem odpowiedź

że „zwykle tego nie strzelają”, dopóki nie uzyskają pewnego poziomu zainteresowania ze strony sieci. Jednak wyjaśnilem, że wywiad był zbyt miękki i naprawdę potrzebowałem stworzyć krótki film, który pokazałby sieciom, że to nie będzie program o mnie. Byłoby to widowisko, które każdy chciałby obejrzeć, pokazując dokładnie, jak odnieść sukces w każdym biznesie, w każdym mieście i w najgorszej gospodarce od 100 lat.

Aby dalej podsycić ogień, nadal będę przesyłać obu grupom nowe informacje. Zdarzyło mi się być w Las Vegas na konwencie (zajmując się moją podstawową działalnością) i zauważałem, że ekipa filmowa robi zdjęcia. Powiedziałem ekipie o tym, co próbowałem zrobić z tym programem telewizyjnym i że chcę wysłać moim współpracownikom w Nowym Jorku trzyminutowy kawałek. Poprosiłem ich o nagranie zaimprowizowanego wideo ze mną, które przyciągnie ich uwagę. Powiedziałem im, że jeśli to zadziała, będą wiedzieć, że pomogli mi urzeczywistnić program telewizyjny. Co zaskakujące, zgodzili się.

Następnie nagrałem trzyminutowy film, który nazwałem „Nie możesz poradzić sobie z prawdą”, który można znaleźć na YouTube. Ekipa była na tyle uprzejma, że wycięła mi kopię do wysłania do obu grup i bardzo im się to spodobało. To sprawiło, że myśleli o mnie i wspierali moją sprawę. To wideo spowodowało nawet, że grupa w Nowym Jorku poszerzyła te sieci, do których planowali promocję.

Moje zaangażowanie w przesuwanie piłki do przodu zaczęło również podsycać ich zaangażowanie i entuzjazm. Dokładałem drewna do ognia – i na pewno wykraczając poza społecznie uzgodnione normy. Żebyś wiedział, ja też – w większości – nie miałem pojęcia, co robię (odwaga powstaje poprzez czyny). Jedyne, co wiedziałem, to to, że podejmowałem działania, które miały doprowadzić do większego celu. Bałem się, martwiłem się o pieniądze, które inwestowałem i bałem się odrzucenia po drodze, ale wiedziałem, że stwarzam zupełnie nowy zestaw problemów – co oczywiście było sygnałem, że robię niektóre z właściwych posunięć.

Następne ważne wydarzenie miało miejsce, gdy Joan Rivers wyszła do mojego domu, aby nakręcić ze mną swój odcinek. Oczywiście podzieliłem się z nią moim pomysłem na program, a ona podała mi nazwiska facetów, którzy wyprodukowali jej program. Zastosowałem metodę sięgania do góry, a nie na boki i w dół. Zadzwoniłem do grupy w LA i poprosiłem o spotkanie w celu przedstawienia tego pomysłu – na wypadek, gdyby chłopaki z Nowego Jorku nie mogli przejrzeć projektu. Pamiętaj: nigdy nie rezygnuj z dodawania drewna i podejmowania działań, niezależnie od tego, co robią inni.

Grupie w LA pomysł się spodobał. Nie zaszkodziło też to, że producenci widzieli już to, co zrobiłem w programie Joan Rivers. W tym momencie przeszedłem od jednego pomysłu z minimalnym wsparciem do posiadania nie jednej, ale dwóch firm rozważających możliwość pokazu. Kiedy poszedłem, całkowicie zwątpiłem w siebie

do Paramount i dalej myślał: „Ci faceci widzą mnie tylko dlatego, że czują się trochę zobowiązani. Więc nie myśl przez chwilę, że możesz być pewny siebie i bezpieczny na każdym kroku.”

Dosłownie prawie odwołałem moją podróż do Paramount po drodze, myśląc, że to tylko marnotrawstwo – kiedy włączyło się moje poczucie obowiązku.

Tak, bałem się i nie bardzo wiedziałem, co robię, ale i tak to zrobiłem. Musiałem pamiętać, że emocje są przereklamowane, a zadaniem boogeymana jest trzymanie mnie w dół. Ponownie, zwróć uwagę na wszystkie udane strategie, które tutaj ilustruję, ponieważ to one kierują moimi decyzjami i powinny kierować twoimi.

Po spotkaniu z członkami grupy byłem zszokowany, gdy odkryłem, że już spędziły czas wymyślając ze mną własną wersję programu. Wszystkie moje obawy o ich brak zainteresowania – jak większość obaw – były całkowicie bezpodstawne. Kiedy obie te grupy badały mnie, obie skomentowały: „To tak, jakbyś był wszędzie” (wszechobecność).

Chociaż w tym momencie wyraźnie chciałem krzyczeć z dachów, wiedziałem, że nie mogę się zbytnio ekscytować ani przestać świętować. Musiałem nacisnąć, wykonując więcej działań i większą odpowiedzialność, aby posuwać się do przodu. Zamiast czekać, aż jedna z dwóch firm zaproponuje mi ofertę, zacząłem dzwonić do firm detalicznych, aby zapytać, czy mógłbym ustawić organizacje, które byłyby zainteresowane udziałem w moim nowym programie (które, nawiasem mówiąc, nie mam już). Chociaż normalnie byłaby to praca firmy produkcyjnej, (1) nie było jeszcze żadnej umowy ani firmy, która mogłaby to zrobić, (2) nienawidzę czekać i (3) chciałem posunąć sprawy do przodu do punktu, w którym nikt nie będzie mógł odejść. Czy byłem zbyt agresywny, działając w społecznie nieakceptowalny sposób i łamiąc uzgodnione zasady? Czy to może kogoś urazić? Absolutnie! Słuchaj, jeśli kotaś z tych grup odmówi mi, to i tak nic z tego, co robię, nie będzie miało dla nich znaczenia!

Ciekawe, że kiedy zadzwoniliśmy do firm, aby powiadomić ich o programie, nie tylko ludzie byli zainteresowani udziałem w nim, ale także zaczęli pytać nas, jak możemy im pomóc przed koncertem. Zdobyliśmy wiele nowych kont, dzwoniąc w sprawie programu. Następnie poinformowałem grupę nowojorską, że ustawiam w kolejce organizacje, które chcą wziąć udział w programie. Producenci kazali mi „zwolnić”, na co odpowiedziałem: „Mogę ci powiedzieć, że to zrobię – ale nie zrobię tego”. To, co wyszło z tej rozmowy, to fakt, że grupa w NY zgodziła się nakręcić zwiastun programu. Wszyscy zgodzili się, że dealer Harleya stworzy świetną wizualną i fantastyczną historię. Po kilkunastu telefonach znaleźliśmy firmę, która zgodziła się, ale nadal nie miałem zobowiązania z Nowego Jorku.

Jednak kiedy powiedziałem im, że mam idealne miejsce gotowe do wyjazdu, nie mogli odmówić. Zgodzili się wysłać ekipę, żeby mnie zastrzeliła przez dwa dni. (Zrozum, że jeśli będziesz pchać do przodu, coś z tego wyniknie).

Nie miałem doświadczenia w kręceniu programu telewizyjnego, scenariusza, notatek, przygotowań i naprawdę nie miałem pojęcia, co właściwie zamierzamy zrobić, ale byłem w drodze, aby kręcić dwa dni w największym sklepie Harleya w całym kraju. świat (najpierw potwierdź, resztę domyśl się później). Pracowałem z grupą ludzi, z którymi nigdy nie pracowałem, i szczerze mówiąc, śmiertelnie się bałem. Jedyne, co wiedziałem na pewno, to to, że mogę wejść do dowolnej firmy i zwiększyć jej sprzedaż. Pamiętałem o jednej rzeczy: strach jest wskaźnikiem, że zmierzasz we właściwym kierunku.

Aby się uspokoić, skupiłem uwagę na przyszłości i przypominałem sobie o swoich celach. W drodze wielokrotnie powtarzałem sobie, że poradzę sobie ze swoimi lękami i że będę musiał zrobić coś takiego.

W przeciwnym razie ludzie nigdy by się nie dowiedzieli o mnie i mojej zdolności pomagania ludziom. Pamiętaj: Twoim jedynym prawdziwym problemem jest niejasność. Ciągle dawałem sobie motywujące przemowy: „Pokaż się, bądź pełen i ufaj, że kreatywność wynika z zaangażowania”. Spójrz na liczbę skutecznych cech, które tutaj zastosowałem: mieć postawę „mogę zrobić”; wierzyć, że odniesie sukces; pokazać się; najpierw zatwierdź, resztę domyśl się później; zrób to teraz, nie później; idź na całość; bądź odważny; rób to, czego się boisz; pozostań skoncentrowany na celu; i bądź gotów czuć się niekomfortowo. Nawet jeśli mi się nie udało, wiedziałem, że mój sposób myślenia i działania są we właściwym miejscu. Mogę żałować swojego występu — ale przynajmniej nie pozauję, że nie oddałem strzału!

Zaczęliśmy kręcić „zwiastun”. Po około trzech godzinach producent powiedział: „Przyznaj, potrzebujemy czegoś, co naprawdę pokazuje, co robisz, poza słowami, poza wyjaśnieniami. Musimy zobaczyć, że to, czego uczysz, faktycznie się wydarzy”. Spojrzałem na kamerzystę i powiedziałem: „Włącz kamerę i podążaj za mną”. Następnie przejąłem salon Harleya, przechodząc od klienta do klienta i angażując każdego z nich. Miałem klientów wsiadających i wysiadających z rowerów. Przenosiłem je, robiłem im zdjęcia i wysyłałem zdjęcia do ich małżonków w domu z wiadomościami typu „Zaraz sprzedam twojemu mężowi motocykl”. Interakcja z klientami i radzenie sobie z ich zastrzeżeniami, oporami i problemami były zabawne, łatwe i niewiarygodnie skuteczne, a następnie nagrywane przez kamerę.

Pod koniec pierwszego dnia producent spojrzał na mnie i zapytał: „Czy możesz to zrobić z jakąkolwiek firmą, gdziekolwiek?” Jestem pewien, że już wiesz, co mu powiedziałem, ale na wszelki wypadek powtórzę to tutaj: „Stary, mogę to zrobić w każdej firmie, gdziekolwiek, nieskończanie wiele razy i pokażę każdemu, sprzedając wszystko, jak zwiększyć sprzedaż w każdej gospodarce!” Powiedział: „Wierzę ci — a wierzyłem w ciebie, zanim jeszcze zobaczyłem to, co właśnie zrobiłeś. Teraz Ameryka musi zobaczyć ten program telewizyjny.

Poprosiłem go o jedną przysługę: „Kiedy uzyskasz zgodę na spotkanie z ludźmi z sieci, pozwól, że im to przedstawię”. Wiedziałem, że mogę sprzedać ten program lepiej niż ktokolwiek inny. Zgodził się, wrócił do Nowego Jorku i zaczął montować

kawałek. Zadzwonił do mnie w następnym tygodniu i powiedział, jak bardzo jest podekscytowany, ale sezon letni opóźni jego prezentacje w sieciach. Wyjaśnił, że prawdopodobnie miną kolejne cztery tygodnie, zanim będzie mógł rozłożyć kołowrotek, ale zapewnił mnie, że wszyscy to pokochają.

Nie miałem od niego wiadomości od około trzech tygodni, więc zacząłem do niego dzwonić. Wiedziałem, że bez wytrwałości nigdzie nie zajdę z tym projektem. Kiedy rozmawialiśmy, potwierdził, że nadal jest „wszystko w środku”. Przypomniałem mu o jego zobowiązaniu wobec mnie, że pozwoli mi to przedstawić kadrze kierowniczej. Oddzwonił do mnie tydzień później, o 6:45, i powiedział: „Przyznaj, że mam złe wieści. Sieci nie chcą, żebyś przyszedł, aby zaprezentować program. Zamiast tego chcą od razu zacząć strzelać”.

Pierwszą rzeczą, o której pomyślałem, był facet, który powiedział mi: „Na każdy program telewizyjny, który zostanie wyprodukowany, rzuca się 300”. Drugą rzeczą, o której pomyślałem, była osoba, która powiedziała mi, że nikt nie chce oglądać pokazu na wyprzedaży. (Skup się na przyszłości, bądź nierożsądry, kontynuuj dodawanie drewna i nie skupią się na tym, co ludzie mówią, że zostało zrobione, co można zrobić lub jest możliwe!) Ludzie są tak pochłonięci własną negatywnością i stratami że rezygnują z tworzenia takiej przyszłości, jakiej pragną. Inni odczuwają potrzebę krytykowania przedsięwzięć innych ludzi jako sposobu na usprawiedliwienie samodzielnego poddania się. Nigdy nie myśl o niemożliwym; zamiast tego skup się na tym, co możesz zrobić, aby rzekomo niemożliwe stało się możliwe. Dobrze, że nie zwracałem sobie głowy słuchaniem wszystkich pesymistów, co?

W tej chwili nie nakręciliśmy jeszcze serialu, ale wszystko jest na miejscu i spodziewamy się premiery w nadchodzącym roku. Mam nadzieję, że ten program wskaże widzom kierunek, którego potrzebują zwykli ludzie, aby odnieść sukces w każdej gospodarce, w dowolnym miejscu i czasie. Spowolnienia na rynku, problemy finansowe, wyzwania i strach nie są tak potężne, jak zdolność człowieka do wielkich marzeń i działania na 10-krotnym poziomie! Żadna ekonomia, bez względu na to, jak zła, nie jest w stanie utrzymać celu, po którym następuje wystarczająca ilość działań.

Podzieliłem się z wami tą historią, aby pokazać wam, jak wykorzystałem wiele koncepcji omówionych w tej książce, aby osiągnąć cel, jakim jest poszerzenie mojego śladu. Jestem taki jak ty – nie bardziej utalentowany i nie bardziej pewny – ale używam 10X myślenia i 10X działań. To nie jest tylko książka; to właśnie musisz zrobić dzisiaj, aby to zrobić. Świat nie nagradza już rozmów. Ty i ja musimy nie tylko rozmawiać, ale iść na spacer. Powinno to pomóc Ci zdać sobie sprawę, że 10X będzie działać dla każdego.

To opowiadanie tak naprawdę nie dotyczy mnie; jest przewodnikiem po tym, co musisz zrobić. Nie masz pojęcia, ilu ludzi przez całe moje życie śmiało się, krytykowało i unosiło brwi z powodu rzeczy, które chciałem zrobić. Nie wiesz o setkach tysięcy telefonów, które wykonałem, które się odbyły

nigdzie lub tysiące e-maili, na które nikt nie odpowiedział. Nie masz pojęcia, ilu ludzi – nawet moich zwolenników – zasugerowało mi, że być może przekraczam granice i narażam się na ryzyko. Spędziłem 30 lat przygotowując się i studując, popełniając błędy i podejmując działania – wszystko to pozwoliło mi rozwinąć pewien poziom dyscypliny, którego nie zawsze miałem.

Trening i uczenie się są absolutnie kluczowe dla twojego podążania i rozwijania odwagi, wytrwałości, nierozsądnego myślenia, a zwłaszcza dyscypliny. Przypominam sobie, że jeśli chodzi o marzenia i cele, nie ma sensu i racjonalności, nie ma rozróżnienia między możliwym a niemożliwym. Myślę, że zgodzisz się z tym, że niemożliwe jest, abyś kiedykolwiek zrobił coś wyjątkowego, jeśli nadal będziesz żył swoim życiem z myśleniem i działaniami, które są przeciętne.

Wielkie myślenie, masowe działania, ekspansja i podejmowanie ryzyka są niezbędne do przetrwania i przyszłego rozwoju. Pozostanie małym i cichym to tylko sposoby na pozostanie małym i cichym. Myśl w ten sposób, a kiedyś w bardzo niedalekiej przyszłości nikt nie będzie mógł cię zobaczyć, usłyszeć – ani być świadomym, że kiedykolwiek istniałeś. Zaangażuj się w myślenie 10X i działanie 10X. To jest główna różnica między sukcesem a alternatywą. Nie chodzi o inteligencję, ekonomię, ani nawet o to, kogo znasz — ponieważ bez masowych działań żadna z tych rzeczy nie ma znaczenia.

Wciąż mam wiele własnych długoterminowych celów i zadań do spełnienia. Jeszcze nie zrobiłem serialu, 6 miliardów ludzi jeszcze mnie nie zna i jest jeszcze niezliczona ilość innych rzeczy, które wciąż chcę robić – o wielu jeszcze nawet nie pomyślałem! Wiem jednak, że zmierzam w dobrym kierunku. Wiem również i chcę, żebyś wiedziała jeszcze raz, że nie chodzi o to, żebym była bardziej wyjątkowa lub miała jakąś wyjątkową jakość; chodzi po prostu o działanie z 10-krotnym myśleniem i 10-krotnym działaniem.

Spraw, aby Twój ogień był tak duży i tak gorący, że inni nie będą mieli innego wyboru, jak tylko siedzieć wokół niego w zdumieniu. Nigdy nie będziesz miał wszystkich odpowiedzi, twój czas nigdy nie będzie idealny, zawsze będą przeszkody i trudności. Jednak zawsze możesz liczyć na jedno: konsekwentne i wytrwałe podejmowanie ogromnych działań, a następnie kontynuowanie kolejnych działań czwartego stopnia to jedyne sposoby na zagwarantowanie pożdanego sukcesu. Zawsze idź na całość w wielkiej akcji. Pozwól reszcie świata działać na pierwszych trzech stopniach akcji i obserwuj, jak spędzają życie walcząc o pozostawione fragmenty.

Rozejrzyj się dookoła, a zobaczysz świat pełen przeciętnych ludzi, przeciętnego myślenia i – w najlepszym razie – przeciętnych działań. Spójrz jeszcze raz. To, co naprawdę zobaczysz za tą akceptacją przeciętności, to ludzie, którzy porzucili swoje marzenia i przestają żyć z dynamicznym celem. Zamiast tego są

gotowi poprzestać na tym, jaka jest ich ocena „normalności”. Wybierając ludzi, od których będziesz się uczyć, szukaj wyjątkowych — tych, którzy wyróżniają się sposobem, w jaki podchodzą do swojego życia. Nie martw się o to, jak są wyjątkowi lub różni od Ciebie. Skoncentruj się na tym, jak myślą i działają oraz jak możesz to powieścić. Sukces nie jest wyborem ani opcją; Twoim obowiązkiem jest działać na właściwym poziomie myśli i działań. Wypełnij więc swój obowiązek pozostawienia śladu na tej planecie – tak, że kiedy skończysz swoją misję, zostaniesz zapamiętany za podchodzenie do swojego życia z największymi marzeniami i najbardziej niezwykłymi czynami.

Pamiętaj: sukces jest twoim obowiązkiem, obowiązkiem i odpowiedzialnością, a dzięki myśleniu na poziomie 10X i podejmowaniu 10X działań, jestem pewien, że osiągniesz większy sukces, niż nawet marzyłeś!

Słowniczek

Większość słów ma wiele znaczeń, więc aby w pełni zrozumieć każde zawarte tutaj słowo, poszukaj dobrego słownika. Odkryłem, że moja zdolność do pełnego zrozumienia dowolnego tematu jest ograniczona jedynie rozumieniem słów zawartych w tym temacie. Tak więc pierwszą rzeczą do zrobienia, sekretem stosowania zasady 10X, jest zawsze rozumienie słów i fraz z przedmiotu, którego się uczysz. To był kluczowy punkt mojego własnego sukcesu. Kiedy nie udało mi się tego zrobić, nie udało mi się osiągnąć swoich celów.

Zasada 10X. Koncepcja oparta na zrozumieniu prawidłowego oszacowania, ile wysiłku i przemyśleń potrzeba, aby cokolwiek zrobić pomyślnie. Tam, gdzie inni wykonują jedną akcję, zasada 10X mówi, aby wykonać 10 akcji i ustawić cele 10 razy wyższe niż początkowo wyobrażasz sobie. 401(k). Konto emerytalne, na które wpłacają zarówno pracownik, jak i pracodawca, na którym odliczane są podatki do czasu wypłaty i dla którego pracownik zazwyczaj wybiera rodzaje inwestycji. absolutny. Pozytywny; niewątpliwy. obfitość. Duża ilość; bogactwo. pomieścić. Pogodzić się lub nagiąć do cudzych potrzeb. osiągać. (1) Doprowadzić (wynik) poprzez wysiłek; (2) doprowadzić do końca; (3) aby odnieść sukces. akt. Robienie rzeczy; czyn.

akcja. (1) Rzecz zrealizowana; czyn; (2) osiąganie czegoś zwykle przez pewien okres czasu. przystosować się. Aby dopasować (do konkretnego lub nowego zastosowania lub sytuacji), często przez modyfikację.

dodatkowy. Wynik dodawania; zwiększyć. reklama.

Akcja zwrócenia na coś uwagi opinii publicznej, zwłaszcza przez płatne ogłoszenia. Zgoda. Zgadzać się (jako opinia); przyznać, przyznać. umowa. (1) Umowa należycie podpisana i prawnie wiążąca; (2) ustna lub niewypowiedziana wzajemna rzeczywistość w danej sytuacji. powietrze. Ogólny charakter lub karnację czegokolwiek; wygląd zewnętrzny. à la carte. Menu lub lista, w której każda pozycja jest wyceniana osobno. zmiany. Wynik modyfikacji.

Amwaya. Firma zajmująca się sprzedażą bezpośrednią, która wykorzystuje marketing wielopoziomowy lub marketing sieciowy do promowania swoich produktów. Amway został założony w 1959 roku przez Jaya Van Andela i Richarda DeVosa.

Starożytny Rzym. Mała, rolnicza społeczność, która wyrosła na jedną z największych cywilizacji starożytnego świata. Konflikty wewnętrzne i ataki zewnętrzne ostatecznie rozbiły ją na niezależne królestwa. Po tym podziale i rozproszeniu następowały średniowiecze. pomocniczy. Dodatkowy; nie głównym źródłem. coroczny. Obejmujące okres roku. apatyczny. (1) Posiadanie lub okazywanie niewielkich lub żadnych uczuć lub emocji; ospały; (2) posiadanie niewielkiego lub żadnego zainteresowania lub zainteresowania. arogancja. Postawa wyższości przejawiająca się w sposób apodyktyczny lub w aroganckich roszczeniach lub założeniach. stanowczy. Charakteryzuje się pewnością. zaleta. Posiadany przedmiot wartościowy; (liczba mnoga) pozycje bilansu pokazujące wartość księgową posiadanego majątku. zadania. Określone zadania lub ilość pracy przydzielonej lub podjętej, jak gdyby została przydzielona przez władze. Uwaga. (1) Obserwacja, zawiadomienie, zwłaszcza rozważanie z myślą o działaniu; (2) akt grzeczności lub grzeczności, zwłaszcza w zalotach; (3) rozważenie

potrzeb i pragnień innych.

przesłuchanie. Próbny występ oceniający zasługi artysty.

Baracka Obamy. Urodzony 4 sierpnia 1961 Obama jest 44. i obecnym prezydentem Stanów Zjednoczonych. Jest pierwszym Afroamerykaninem, który piastuje ten urząd. Obama był młodszym senatorem USA z Illinois od stycznia 2005 do listopada 2008 roku, kiedy to zrezygnował po wyborze na prezydenta. zapora. Szybkie wylanie wielu rzeczy na raz. podstawowy. Stanowiące lub służące jako podstawa lub punkt wyjścia. podstawy. Coś, co jest fundamentalne (np. wróć do podstaw). pochylić się do tyłu. Wykroczyć poza normalne oczekiwania w celu uzyskania pozytywnego efektu. poza. (1) Na lub w drugą stronę, dalej; (2) dodatkowo.

Biblia. Księgi tworzące centralny tekst religijny judaizmu i chrześcijaństwa.

Bill Gates. Urodzony 28 października 1955 Gates jest amerykańskim magnatem biznesowym, filantropem, autorem i prezesem Microsoft, firmy programistycznej, którą założył wraz z Paulem Allenem. Jest konsekwentnie zaliczany do najbogatszych ludzi na świecie i najbogatszych ogółem w marcu 2009 roku. Podczas swojej kariery w Microsoft Gates zajmował stanowiska dyrektora generalnego i głównego architekta oprogramowania i pozostaje największym indywidualnym udziałowcem z ponad 8 procentami akcje zwykłe.

Biochemiczne. Charakteryzuje się, jest wytwarzany przez lub obejmuje reakcje chemiczne w żywych organizmach. biologiczny. Badanie żywych organizmów i procesów życiowych.

Jeżyna. Bezprzewodowe urządzenie przenośne wprowadzone w 1999 roku jako dwukierunkowy pager. W 2002 roku znany bardziej jako smartfon. ślepy. Wykonane lub wykonane bez widoku pewnych przedmiotów. punkcik na ekranie. Coś stosunkowo małego lub nieistotnego w szerszym kontekście. blok i walka. Proste rzeczy niezbędne do wykonania zadania (pochodzą z terminologii piłkarskiej). straszydło. Folklorystyczny lub legendarny potwór przypominający ducha. Boogeyman nie ma określonego wyglądu, a koncepcje potwora mogą się drastycznie różnić, nawet w zależności od gospodarstwa domowego w tej samej społeczności. W wielu przypadkach po prostu nie ma utrwalonego wyglądu w umyśle dziecka, ale jest tylko amorficznym ucielesnieniem przerażenia.

odprawa. Czynność lub przypadek udzielenia dokładnych instrukcji lub istotnych informacji.

złamał. Zrujnować finansowo; bez pieniedzy.

budżet. Lista wszystkich planowanych wydatków i przychodów; plan oszczędzania i wydawania pieniedzy. spowolnienie w biznesie. Zwrot w dół, zwłaszcza w kierunku spadku aktywności gospodarczej i gospodarczej. wpisowe. Zobowiązanie zainteresowanych lub zainteresowanych stron do podjęcia decyzji (często zwanych interesariuszami) do „wkupu” decyzji; to znaczy zgodzić się na jej wsparcie, często poprzez zaangażowanie w jej formułowanie. kampania. Połączona seria operacji mających na celu osiągnięcie określonego rezultatu.

stolica. (1) Zapas zgromadzonych dóbr, zwłaszcza w określonym czasie i w przeciwnieństwie do dochodu uzyskanego w określonym czasie; także wartość tych zgromadzonych dóbr; (2) zgromadzone dobra przeznaczone do produkcji innych dóbr; (3) zgromadzony majątek obliczony na przynoszenie dochodu. chaos. Stan całkowitego zamętu.

cheerleaderka. Ten, który wzywa i kieruje zorganizowanym dopingiem.

działalność kościelna. Forma zorganizowanej, nadzorowanej, często pozaszkolnej rekreacji w miejscu kultu religijnego.

Miasto obwodu. Spółka publiczna sprzedająca elektronikę. Nie powiodło się w 2009 r . okoliczności. Suma czynników istotnych i środowiskowych (jak na zdarzenie lub sytuację). zimna rozmowa. Połączenie wykonane bez wstępu lub wcześniejszego powiadomienia, określane jako „zimne”, ponieważ nie dokonano żadnego wstępu.

Komunistyczna Rosja. Największa rządząca partia komunistyczna na świecie, która upadła w 1991r . społeczności. Grupa osób o wspólnych, a zwłaszcza zawodowych zainteresowaniach, rozproszonych po całym społeczeństwie. konkurencja. Ci, którzy dążą do zwycięstwa przeciwko innym. konkurencyjny. Stan świadomego lub nieświadomego dążenia do celu. zastrzeżony. (1) Doprowadzony lub wprowadzony do określonego stanu; (2) ustalone lub ustalone przez kondycjonowanie.

podbić. Aby zdobyć mistrzostwo lub wygrać, pokonując przeszkody lub opozycję. kontakt.

Osoba służąca jako pośrednik, posłaniec, łącznik lub źródło specjalnych informacji. skurcz. Akt zmniejszania się; zmniejszenie wysiłków, zasobów i zużytej energii.

kontrola. (1) Aby wywierać powstrzymujący lub ukierunkowany wpływ, regulować; (2) mieć władzę nad. Przeciwny. Wbrew temu, czego można by się spodziewać intuicyjnie; moc lub zdolność osiągania bezpośredniej wiedzy lub poznania bez oczywistego racjonalnego myślenia i wnioskowania. odwaga. Czyn, który demonstruje siłę psychiczną lub moralną, by zaryzykować, wytrwać i przeciwstawić się niebezpieczeństwu, strachowi lub trudnościami. rękoździeło. Zawód lub zawód wymagający zręczności manualnej lub umiejętności artystycznych. langusta. Dowolny z licznych skorupiaków słodkowodnych przypominających homara, ale zwykle znacznie mniejszych. twórczy. Posiadanie jakości czegoś stworzonego, a nie naśladowanego. krytyczny. Odnoszące się do lub będące punktem zwrotnym lub szczególnie ważnym punktem zwrotnym.

CRM (Kierownik ds. relacji z klientami). Aplikacje, które pozwalają firmom zarządzać każdym aspektem ich relacji z klientem. krzyżowanie. Przypadek włamania się do innej kategorii.

kultywować. Aby zachęcić i pomóc w rozwoju. kultura. (1) Zestaw wspólnych postaw, wartości, celów i praktyk charakteryzujących instytucję lub organizację (kultura korporacyjna skoncentrowana na wynikach); (2) zbiór wartości, konwencji lub praktyk społecznych związanych z określoną dziedziną, działalnością lub cechą społeczną. satysfakcja konsumenta. termin biznesowy; miara tego, jak produkty i usługi dostarczane przez firmę spełniają lub przewyższają oczekiwania klientów. Jest postrzegany jako kluczowy wskaźnik wydajności w biznesie i jest częścią czterech perspektyw zrównoważonej karty wyników.

cykl (cykl sprzedaży). Przedział czasu, w którym następuje zakończenie powtarzającego się ciągu wydarzeń lub zjawisk. Baza danych. Zwykle duży zbiór danych zorganizowany specjalnie w celu szybkiego wyszukiwania i pobierania.

zarządzania bazami danych. Czynność prowadzenia lub nadzorowania zwykle dużego zbioru danych.

programy do czyszczenia danych. Proces pobierania zbioru danych z indywidualnie identyfikowalnymi informacjami i usuwania lub zmieniania danych w taki sposób, aby zachować użyteczność zbioru danych, ale identyfikacja osób zawartych w tym zbiorze danych jest prawie niemożliwa. oślepiający. Budzić zachwyt imponującym wyświetlaczem. głuche uszy. Nie chcą słuchać ani słuchać; nie dać się namówić. rozdać. Układ dla obopólnych korzyści. przeciwstawiać się. Konfrontować się z pewną siłą oporu; lekceważenie. stopień. Względna intensywność czegoś. złudzenie. Akt wprowadzający w błąd umysł lub osąd czegoś. (Użyłem tego w kontekście odwodzenia się od fałszu. W ten sposób złudzenie jest dobre) . (1) ustanie istnienia lub działalności; (2) utrata pozycji lub statusu. demografia. (1) Statystyczne cechy populacji ludzkich (takie jak wiek lub dochód) wykorzystywane w szczególności do identyfikacji rynków; (2) rynek lub segment populacji zidentyfikowany na podstawie danych demograficznych. odmowa. Psychologiczny mechanizm obronny, dzięki któremu unika się konfrontacji z osobistym problemem lub rzeczywistością poprzez zaprzeczanie istnieniu problemu lub rzeczywistości. zależność. (1) Jakość lub stan uzależnienia; (2) ten, na którym polega się; (3) uzależnienie. rozmieścić.

Rozpowszechnianie, wykorzystywanie lub organizowanie w świadomym celu. pozbawieni. Oznaczone przez wstrzymanie, zwłaszcza konieczności życia lub wpływów zdrowotnych na środowisko.

określać. Ustalić ostatecznie (np. określić motywy). detoks.

(1) Usuwanie szkodliwej substancji (takiej jak trucizna lub toksyna) lub jej skutków; (2) unieszkodliwić (substancję szkodliwą). Rozróżnić. Aby zaznaczyć lub pokazać różnicę; stanowią różnicę, która wyróżnia. pracowitość. Akt charakteryzujący się stałym, poważnym i energicznym wysiłkiem; pracowity.

Dillarda. Z siedzibą w Little Rock, Arkansas, dużej sieci domów towarowych w Stanach Zjednoczonych, z 330 sklepami w 29 stanach.

zmniejszać. Robić mniej lub sprawiać, że wydaje się

mniej. bezpośrednia poczta. Materiały drukowane (takie jak okólniki) przygotowane w celu pozyskania biznesu lub datków i wysypane bezpośrednio do osób fizycznych. Zazwyczaj dotyczy to programów, w których całe bazy danych są wysyłane pocztą z określona ofertą.

nieprzyjemny. Potrafi opisać osobę, która nie zgadza się z akceptowaną normą lub względami społecznymi.

dyscyplina. Trenować lub rozwijać się poprzez instrukcje i ćwiczenia, zwłaszcza w zakresie samokontroli.

rozprawa. Rozszerzone, zwykle pisemne opracowanie tematu.

Sklep z dolarami. Sklep z różnorodnymi produktami lub punkt sprzedaży detalicznej, który sprzedaje niedrogie produkty, zwykle z jedną ceną dla wszystkich produktów w sklepie.

Typowy towar obejmuje środki czystości, zabawki i słodycze. Zazwyczaj obsługuje społeczności zbyt małe dla Wal-Martu.

zdominować. Przejąć, obezwładnić lub doprowadzić do uległości kogoś lub innych.

nie. Wymyślone słowo; rzeczy, których dana osoba chce uniknąć lub których nie robi. zagiąć. Termin z gry w blackjacka, w której osoba podwaja poprzedni zakład w nadziei podwojenia wygranych lub odrobienia strat. minusem. Aspekt negatywny; Najgorszy scenariusz. spowolnienie. Zwrot w dół, zwłaszcza w kierunku spadku aktywności gospodarczej i gospodarczej. zarabiać. (1) Aby stać się należycie godnym, uprawnionym lub odpowiednim; (2) uczynić godnym lub uzyskać (np. zarobić na swój biznes). kurczenie się gospodarki.

Zmniejszanie lub zmniejszanie dotyczące lub oparte na produkcji, dystrybucji i konsumpcji towarów i usług. gospodarka. Struktura lub warunki odnoszące się lub oparte na produkcji, dystrybucji i konsumpcji towarów i usług w kraju, obszarze lub okresie.

Kraj, firma, a nawet jednostka ma gospodarkę. efektywny. Wytworzenie zdecydowanego, zdecydowanego lub pożądanego efektu. podniecony. Naznaczone dobrym humorem; radosny. zachęcać. Udzielanie pomocy lub patronatu (np. zachęcanie innych do robienia interesów

z Tobą).

skończ wszystko. Opisuje ostateczne rozwiązanie.

wytrzymałość. Zdolność do wytrzymania trudności lub przeciwności losu, zwłaszcza zdolność do podtrzymywania długotrwałego stresującego wysiłku lub aktywności. zwerbować. Aby zapewnić wsparcie i pomoc; zatrudniać w interesie. danie główne. Danie główne posiłku.

środowisko. Okoliczności, przedmioty lub warunki otaczające daną osobę. erodować. Pogorszyć stan lub zniknąć, jak gdyby przez jedzenie lub zużycie. wyjątek. Sprawa, w której zasada nie ma zastosowania. eksponować. Prezentować na widok, jak pokazywać lub pokazywać na zewnątrz, zwłaszcza za pomocą widocznych znaków lub działań. zwiększać. Zwiększenie zakresu, liczby, objętości lub zakresu; powiększ (pochodzi z rozkładówki). ekspansja. Akt zwiększenia zasięgu, liczby, objętości lub zakresu; rozszerzenie. doświadczenie. (1) Bezpośrednia obserwacja lub udział w wydarzeniach jako podstawa wiedzy; (2) fakt lub stan, w którym wiedza miała wpływ lub została zdobyta poprzez bezpośrednią obserwację lub uczestnictwo. wykorzystać. (1) Do produktywnego wykorzystania; spożytkować; (2) nikczemnego lub niesprawiedliwego wykorzystania dla własnej korzyści. dodatkowa Mila.Więcej niż jest należne, zwykle lub konieczne. nadzwyczajny. Wszystko poza sferą tego, co większość normalnych ludzi może osiągnąć i co robi.

fanatyk. Naznaczone nadmiernym entuzjazmem i często intensywnym bezkrytycznym oddaniem. plan finansowy. Plan zachowania wypłacalności w odniesieniu do dochodów i wydatków. Pierwszy kwartał. Pierwsze trzy miesiące roku obrotowego. lotnik. Okólnik reklamowy.

Fortune 500. 500 największych firm w Stanach Zjednoczonych na podstawie sprzedaży brutto. wolny strzelec. Osoba, która wykonuje zawód bez długoterminowego zobowiązania wobec jednego pracodawcy. przód. Obszar działalności lub zainteresowania.

paliwo. Wsparcie;
stymulować. boj. Kryzys.

PKB (Produkt Krajowy Brutto). Jedna z miar dochodu narodowego i produkcji dla gospodarki danego kraju. Jest to całkowita wartość wszystkich końcowych dóbr i usług wytworzonych w danej gospodarce — wartość w dolarach wszystkich dóbr i usług wyprodukowanych w granicach kraju w danym roku. Generować. Tworzyć lub być przyczyną (sytuacji, działania lub stanu umysłu). prawdziwy. Wolny od hipokryzji i udawania; szczery. cele. Cel, do którego skierowany jest wysiłek.

Grecja (starożytna). Uważany za fundament cywilizacji zachodniej, jako złoty wiek kwitł w tej kulturze przez wiele pokoleń. Kiedy Rzymianie podbili Grecję, przyjęli wiele aspektów tej kultury. Z kolei cywilizacja rzymska podbiła znaczną część świata, a tym samym rozszerzyła kulturę grecką na wiele innych krajów. gwarancja. Zapewnienie spełnienia warunku takiego jak umowa, na mocy której jedna osoba zobowiązuje się zapewnić innej osobie posiadanie czegoś lub korzystanie z czegoś. łatwocierny. Łatwo oszukany lub oszukany. młot. Uderzać lub jechać z siłą sugerującą uderzenie młotkiem lub powtarzające się uderzenia.

Słyszałem motoryzacyjny. Założona przez Billa Hearda, który zarządał największą franczyzą Chevroleta na świecie i który zamknął wszystkie operacje w 2009 roku.

HerbaLife. Założona w 1980 roku firma, która sprzedaje produkty odchudzające, odżywcze i do pielęgnacji skóry za pomocą marketingu wielopoziomowego, znanego również jako marketing sieciowy. Był przedmiotem kontrowersji i procesów sądowych. arogancki.

Posiadanie lub brak szacunku dla praw, obaw lub uczuć innych osób.

wysoka marża. Produkt lub usługa o dużej różnicy między kosztem a ceną sprzedaży. gorący towar. Ktoś lub coś niezwykle dobrego.

Howard Schultz. Urodzony 19 lipca 1953 r. Schultz jest amerykańskim biznesmenem i przedsiębiorcą, najlepiej znanym jako prezes i dyrektor generalny Starbucks oraz był właściciel Seattle SuperSonics.

nagromadzenie. (1) Zebrać się w zwartej grupie; (2) zwijać się; (3) przeprowadzić konsultację.

głodny. (1) Chętny; chciwy (np. głodny uczuć); (2) silnie zmotywowani (np. ambicją). sprzedaż wspomagana informacją. Wykorzystywanie informacji do pomocy konsumentowi i całemu procesowi sprzedaży, aby był szybki i łatwy. obłakany. Absurdalny; skrajny. instrukcyjny. Czynność, praktyka lub zawód nauczyciela (np. filmy instruktażowe). intensywność. Jakość lub stan bycia intensywnym, zwłaszcza ekstremalny stopień siły, siły, energii lub uczucia. inwestować. Angażować się lub angażować, zwłaszcza emocjonalnie (np. zainwestować czas i energię). iPoda. Marka przenośnych odtwarzaczy multimedialnych zaprojektowana i sprzedawana przez Apple Inc. i wprowadzona na rynek 23 października 2001 r . irracjonalna. Nie podlegające lub zgodne z rozsądkiem; bez powodu. Jest to używane w dobrym sensie irracjonalne (np. Bądź irracjonalny w zakresie działań, które chcesz podjąć, aby zrealizować swoje marzenia).

Jezus Chrystus. Jezus z Nazaretu, syn Maryi; źródło religii chrześcijańskiej i zbawiciel w wierze chrześcijańskiej. strącać. Akt zaprzestania jakiejś działalności, która jest niechciana lub nieproduktywna. wiedzieć. (1) postrzegać bezpośrednio; mieć bezpośrednie poznanie; (2) mieć zrozumienie; rozpoznać naturę; dostrzec; rozpoznać to samo, co coś wcześniej znanego; (3) być zaznajomiony lub zaznajomiony; (4) mieć doświadczenie; być świadomym prawdy lub faktów; być przekonanym lub pewnym; mieć praktyczne zrozumienie. wiedza, umiejętności. Fakt lub warunek poznania czegoś z poufałością zdobytą poprzez doświadczenie lub skojarzenie; znajomość lub zrozumienie nauki, sztuki lub techniki; fakt lub stan bycia świadomym czegoś; zakres czyjejś informacji lub zrozumienia. brak. Brakować lub czegoś potrzebować. leniwy. (1) Nie skłonny do aktywności lub wysiłku; nie energiczny ani energiczny; (2) zachęcanie do bezczynności lub lenistwa.

odpowiedzialność. Działanie powodujące narażenie osoby lub narażenie jej na zwykle niekorzystne zdarzenia lub działania. styl życia. Typowy sposób życia jednostki, grupy lub kultury. literatura. (1) zbiór pism na określony temat (np. literatura naukowa); (2) druki (np. ulotki lub okólniki). zamknięty. Nie można się przesunąć; naprawiony. logiczny. (1) Odnoszące się do, obejmujące lub zgodne z logiką; (2) biegli w logice; (3) formalnie prawdziwe lub ważne; analityczny; dedukcyjny. dłuża recesja. Recesja, która trwa dłużej niż przeciętnie 18 miesięcy.

powiększać. Aby powiększyć w rzeczywistości lub z wyglądu. mantra. Często powtarzane słowo lub fraza.

udział w rynku. Procent rynku na produkt lub usługę dostarczaną przez firmę. kampanie marketingowe. Połączona seria operacji mających na celu promowanie, sprzedaż i dystrybucję produktu lub usługi. rynek. Świat handlu lub działalności gospodarczej; codzienny świat.

Mary Kay. Marka kosmetyków pielęgnacyjnych i kolorowych sprzedawanych przez Mary Kay Inc. Światowa siedziba Mary Kay znajduje się w Addison w Teksasie, na przedmieściach Dallas. Mary Kay Ash założyła Mary Kay Inc. w piątek 13 września 1963 roku. Richard Rogers, syn Mary Kay, jest prezesem i dyrektorem generalnym, a David Holl jest prezesem i dyrektorem operacyjnym.

błędna nazwa. Niewłaściwa lub nieodpowiednia nazwa lub oznaczenie.

MLM (marketing wielopoziomowy). Znana również jako marketing sieciowy, strategia marketingowa, która wynagradza promotorów firm zajmujących się sprzedażą bezpośrednią nie tylko za sprzedaż produktów, którą sami generują, ale także za sprzedaż innych, których wprowadzili do firmy. Produkty i firma są zwykle sprzedawane bezpośrednio konsumentom i potencjalnym partnerom biznesowym za pomocą poleceń relacji i marketingu szeptanego. pęd. Siła lub siła uzyskana przez ruch lub przez rozwój

wydarzenia.

pieniądze. Coś ogólnie akceptowanego jako środek wymiany, miara wartości lub środek płatniczy, na przykład oficjalnie wybita lub ostemplowana waluta.

motyw. Coś (np. potrzeba lub pragnienie), które powoduje, że osoba działa. przepychacze i wstrząsacze. Odnosi się do ludzi, którzy sprawiają, że coś się dzieje. musi. (1) Aby otrzymać rozkaz lub prośbę (np. musisz się zatrzymać); (2) być nakłanianym do; powinien za wszelką cenę. mit. Nieuzasadniony lub fałszywy pogląd. poziom konieczności. (1) wielkość nacisku okoliczności; coś, co jest konieczne w związku; wymóg; (2) pilna potrzeba lub pragnienie; wielkość rozważanej wielkości w odniesieniu do arbitralnej wartości odniesienia. negatywne. (1) Brak pozytywnych cech; szczególnie nieprzyjemne; (2) nacechowane cechami wrogości, wycofania lub pesymizmu, które utrudniają lub sprzeciwiają się konstruktywnemu leczeniu lub rozwojowi; (3) promowanie osoby lub sprawy poprzez krytykę lub atakowanie konkurencji. negocjować. Naradzać się z drugim, żeby w jakiejś sprawie dojść do załatwienia. (Uwaga autora: Chociaż większość uważa, że negocjacje oznaczają zaakceptowanie niższej ceny, negocjacje nie mają nic wspólnego z obniżaniem ceny twojego produktu lub usługi.) neurochemia. Badanie składu chemicznego i czynności nerwowych

papierowa chusteczka.

biuletyn. Niewielka publikacja (np. ulotka lub gazeta) zawierająca wiadomości interesujące głównie dla określonej grupy. norma. Zasada właściwego działania wiążąca członków grupy i służąca prowadzeniu, kontrolowaniu lub regulowaniu właściwego i akceptowanego zachowania. wychowanie. Dalszy rozwój; pielęgnować.

Skóra nu. Amerykańska firma zajmująca się sprzedażą bezpośrednią, która sprzedaje kosmetyki, suplementy diety i usługi technologiczne. Została założona przez Nedrę Dee Roney i Blake'a M. Roney'a w 1984 roku i została oficjalnie notowana na Nowojorskiej Giełdzie Papierów Wartościowych pod symbolem NUS w 1996 roku . sprzeciw. (1) Powód lub argument przedstawiony w sprzeciwie; (2) uczucie lub wyraz dezaprobaty. okupacja. Fakt lub stan bycia zajętym lub zamieszkiwanym. offset. Coś, co służy do zrównoważenia lub zrekompensowania czegoś innego, zwłaszcza jednego z dwóch równoważących elementów księgi (np. zrównoważenie cofnięcia). stara szkoła. Coś nie zostało zaktualizowane; sposób myślenia, który niekoniecznie jest błędny, ale nie jest aktualny.

ups. Używane zwykle do wyrażenia łagodnych przeprosin, zaskoczenia lub przerżenia. możliwości. (1) sprzyjający zbieg okoliczności; (2) duża szansa na awans lub postęp. jawnie. Otwórz, aby zobaczyć; oczywisty udział. (1) Aby wziąć udział; (2) mieć w czymś udział lub udział. bierny. (1) Przyjmowanie lub znoszenie bez oporu; uległy; (2) istniejące lub występujące bez bycia aktywnym, otwartym lub bezpośrednim; (3) odnoszące się lub prowadzące działalność gospodarczą, w której inwestor nie uczestniczy aktywnie w generowaniu dochodu. rozpuszczać plotki. (1) Sprzedawać lub oferować do sprzedaży z miejsca na miejsce; (2) rozdawać lub dążyć do rozpowszechniania; (3) oferować lub promować jako wartościowe.

Hotel Półwysep. Operator ultraluksusowych hoteli z siedzibą w Hongkongu. Jej flagowy hotel, słynny Peninsula Hong Kong, który został otwarty w 1928 roku, był kiedyś znany jako „najlepszy hotel na wschód od Suezu” i jest prawdopodobnie jednym z najlepszych hoteli na świecie.

idealny. Dokonać perfekcji; ulepszać lub udoskonalać. przypięte. Niezdolny do ruchu. pauza w szkole. Czas na zabawę lub rozrywkę.

pozytywny. (1) dobry efekt; korzystny (np. pozytywny wzór do naśladowania); (2) nacechowane optymizmem (np. pozytywny punkt widzenia). Baza mocy. Punkt lub linia wyjścia dla działania lub przedsięwzięcia, w ramach którego dana osoba sprawuje kontrolę, władzę lub wpływ na innych. Termin militarny oznaczający miejsce, w którym rozpoczynają się operacje wojskowe.

PR (public relations). Działalność polegająca na nakłanianiu społeczeństwa do zrozumienia i dobrej woli wobec osoby, firmy lub instytucji; także stopień zrozumienia i osiągniętej dobrej woli.

Kampania PR. Połączona seria operacji, których celem jest osiągnięcie określonego rezultatu; w tym przypadku skłanianie społeczeństwa do zrozumienia i dobrej woli wobec osoby, firmy lub instytucji. wrażliwy na cenę. Posiadanie lub okazywanie troski o coś konkretnego, w tym przypadku o cenę. primadonna. Próżna lub niezdyscyplinowana osoba, której trudno jest pracować pod kierunkiem lub w zespole.

problemy. (1) źródło zakłopotania, niepokoju lub złości; (2) trudności w zrozumieniu lub zaakceptowaniu; (3) sprzeciw wobec rozwiązania. produkować. (1) Komponować, tworzyć lub wydobywać poprzez wysiłek intelektualny lub fizyczny; (2) znieść, zrobić lub dać coś. produkt. Coś (np. usługa), co jest wprowadzane na rynek lub sprzedawane jako towar. produkcja. Jeśli chodzi o produkcję osobistą, to łączne wyniki wysiłków danej osoby.

linia produkcyjna. Grupa produktów wytwarzanych przez firmę, które są ściśle powiązane pod względem użytkowania, produkcji i wymagań marketingowych. zysk. Nadwyżka zwrotów nad wydatkami w transakcji lub serii transakcji; zwłaszcza nadwyżka ceny sprzedaży towarów nad ich kosztem. opłacalny. Przyznawanie zysków; przynosząc korzystne zwroty lub wyniki. zaprogramowane. Aby z góry określić sposób myślenia, zachowania lub działania jakby za pomocą komputera. propozycja. Coś oferowanego do rozpatrzenia lub akceptacji; wniosek. prosperować. (1) Aby odnieść sukces w przedsiębiorstwie lub działalności; zwłaszcza w celu osiągnięcia sukcesu gospodarczego; (2) stać się silnym i kwitnącym. protokół. Kodeks nakazujący ściśle przestrzeganie właściwej etykiety i pierwszeństwa. psychologiczny. Cechy psychiczne lub behawioralne osoby lub grupy. psychosomatyczny. Umysłu. Biuro publiczne. Stanowisko, wybierane lub mianowane, na którym sprawowane są funkcje rządowe.

Zatrzymaj się. Odwrócenie wzrostu.

mędrzec hinduski. Osoba, która wydaje opinie w sposób autorytatywny, zwykle za pośrednictwem środków masowego przekazu.

zamiar. (1) Coś ustalonego jako cel lub cel do osiągnięcia; intencja; (2) rozdzielcość; determinacja. zakwalifikować. Zadeklarować, że jest kompetentny lub odpowiedni. W sprzedaży oznacza to określenie zdolności finansowych danej osoby. wielkie ilości. Znaczna ilość lub liczba. jedna czwarta. Jedna z czterech trzymiesięcznych dywizji w roku.

zadanie. Akt lub instancja poszukiwania; pościg lub przeszukanie.

zrezygnować. (1) zaprzestania normalnych, oczekiwanych lub koniecznych działań; (2) zrezygnować z zatrudnienia; (3) przyznać się do porażki; poddać się. niewytrwały człowiek. Ten, który rezygnuje; zwłaszcza ten, kto zbyt łatwo się poddaje; defetystyczny. kolej. Znieważać lub skarcić w szorstkim, bezczelnym lub obraźliwym języku. tyrada. Mówić w sposób głośny, podekscytowany lub deklamacyjny. majaczenia. Irracyjne, niespójne, dzikie lub ekstrawaganckie wypowiedzi lub deklamacje.

Ray Kroc. (5 października 1902 – 14 stycznia 1984). W 1954 r. przejął (w tamtym czasie) niewielką franczyzę McDonald's Corporation i przekształcił ją w najbardziej udaną operację fast-food na świecie. Kroc znalazł się w Time 100: Najważniejsi ludzie stulecia i za życia zgromadził fortunę o wartości 500 milionów dolarów. Był także właścicielem drużyny baseballowej San Diego Padres, która rozpoczęła się w 1974r . reaktywować. Aby znów być aktywnym. reaktywny. Występujące w wyniku stresu lub zdenerwowania emocjonalnego (nie w dobrym tego słowa znaczeniu). rozsądny.

(1) Bycie w zgodzie z rozumem (rozsądna teoria); (2) nie ekstremalne lub nadmierne.

recesja. Okres ogólnego pogorszenia koniunktury, definiowany zwykle jako spadek PKB o sześć miesięcy (dwa kolejne kwartały) lub dłużej. Naznaczone wysokim bezrobociem, stagnacją płac i spadkiem sprzedaży detalicznej. Recesja na ogół nie trwa dłużej niż rok i jest znacznie łagodniejsza niż depresja.

Chociaż recesje są uważane za normalną część gospodarki kapitalistycznej, wśród ekonomistów nie ma jednomyślności co do ich przyczyn. skierowanie. Akt, działanie lub przypadek odesłania. relacja.

(1) Relacja łącząca lub wiążąca uczestników relacji; (2) konkretny przypadek lub rodzaj pokrewieństwa. niechęć. Uczucie lub okazywanie niechęci, wahania lub niechęci. przepakowanie. Zapakować ponownie lub na nowo; konkretnie, aby nadać bardziej wydajną lub atrakcyjną formę.

opór. Siła przeciwna lub opóźniająca. odpowiedź. Coś stanowiącego odpowiedź lub reakcję. ograniczać. Ograniczać się do granic; powstrzymać się. ograniczenia. Coś, co ogranicza, takie jak rozporządzenie, które ogranicza lub

ograniczenia.

wznowiać. Dokument zawierający podsumowanie lub wykaz odpowiedniego doświadczenia zawodowego i wykształcenia danej osoby. Życiorys lub CV (curriculum vitae) to zazwyczaj pierwszy element, który potencjalny pracodawca napotyka na osobę poszukującą pracy i jest zwykle używany do sprawdzania kandydatów. Po przeglądzie aplikacji często następuje rozmowa kwalifikacyjna. (Nigdy nie polegaj na CV bez poświęcenia czasu na spotkanie z osobą, którą chcesz zatrudnić). Całkowity dochód uzyskany przez dane źródło. ożywiać. Aby dać nowe życie lub wigor. kpiny. Oznacza celowe, często złośliwe, umniejszanie. przejażdżka rakietą. Doświadczenie z powodu podjętych działań, które przypominałyby szybką podróż, jak w rakiety.

Klub Rotary. Organizacja klubów serwisowych zlokalizowanych na całym świecie. Jest to organizacja świecka, otwarta dla wszystkich osób bez względu na rasę, kolor skóry, wyznanie czy preferencje polityczne. Na całym świecie istnieje ponad 32 000 klubów i ponad 1,2 miliona członków. Członkowie Klubów Rotary znani są jako Rotarianie. Deklarowanym celem organizacji jest zrzeszanie liderów biznesu i zawodowych, aby świadczyć usługi humanitarne, promować wysokie standardy etyczne we wszystkich powołaniach oraz pomagać w budowaniu dobrej woli i pokoju na świecie. Członkowie zazwyczaj spotykają się co tydzień na śniadanie, lunch lub kolację, co jest wydarzeniem towarzyskim, a także okazją do zorganizowania pracy nad ich celami usługowymi.

Zasady sukcesu. Program edukacyjny opracowany przez Grant Cardone, który określa podstawowe prawa i działania wymagane do osiągnięcia sukcesu i jest dostarczany na płycie CD lub DVD.

wyprzedaż. Umowa polegająca na przeniesieniu posiadania i własności (tytułu) towaru lub nieruchomości lub uprawnienia do usługi w zamian za pieniądze lub wartość. Niezbędnymi elementami, które muszą być obecne w ważnej sprzedaży są (a) kompetencja zarówno kupującego, jak i sprzedającego do zawarcia umowy, (b) wzajemne porozumienie w sprawie warunków wymiany, (c) rzecz nadająca się do przeniesienia oraz (d) wynagrodzenie pieniężne (lub jego ekwiwalent) wypłacone lub obiecane. harmonogram. Harmonogram dla programu lub projektu pokazujący, w jaki sposób działania i wydarzenia kamieni milowych są sekwencyjowane i rozłożone w czasie w wyznaczonym okresie. drugie pieniądze. Pieniądze pochodzące z drugiej sprzedaży. druga sprzedaż. Sprzedaż dokonana po pierwszej sprzedaży jako dodatek do pierwszego zakupu.

Nie należy tego mylić z następnym razem, gdy dana osoba komuś sprzedaje.

selektywny. (1) Rozsądny lub ograniczający wybór; dyskryminacyjny; (2) wysoce specyficzne w działaniu. sprzedawanie. Przez wielu uważany za rodzaj przekonującej „sztuki”. Wbrew powszechnemu przekonaniu metodologiczne podejście do sprzedaży odnosi się do systematycznego procesu powtarzających się i mierzalnych kamieni milowych, za pomocą których sprzedawca wiąże swoją ofertę produktu lub usługi, w zamian umożliwiając kupującemu osiągnięcie jego celu w sposób ekonomiczny . W biznesie „nic się nie dzieje, dopóki ktoś czegoś nie sprzedaje”. sensoryczny. Lub odnoszące się do wrażeń lub zmysłów. usługa. Wkład w dobro innych. Akt służenia jest czynnością pomocną lub pozytyczną pracą, która nie tworzy namacalnego towaru, ale przynosi w jakiś sposób korzyści wszystkim zaangażowanym stronom. bezwstydny. (1) Brak wstydu; niewrażliwy na hańbę; (2) bez bolesnych emocji spowodowanych świadomością winy, wady lub niestosowności. (To dobrze w tym kontekście.) szok. (1) nagłe lub gwałtowne zaburzenie psychiczne lub emocjonalne; (2) coś, co powoduje takie zakłócenia (np. strata była szokiem); (3) stan bycia tak zaniepokojonym.

skróć. Metoda lub środek umożliwiający zrobienie czegoś bardziej bezpośrednio i szybciej niż, a często nie tak dokładnie, jak przez zwykłą procedurę (nie jest to dobra rzecz). umiejętności. (1) Umiejętność skutecznego i łatwego wykorzystania posiadanej wiedzy w wykonaniu lub wykonaniu, rzeczność lub koordynację, zwłaszcza w wykonywaniu wyuczonych zadań fizycznych; (2) wyuczona moc robienia czegoś kompetentnie; (3) rozwinięte uzdolnienia lub zdolności. snob. (1) Ten, kto ma tendencję do odrzucania, unikania lub ignorowania tych, których uważa się za gorszych; (2) ten, kto ma obraźliwą aurę wyższości w sprawach wiedzy lub smaku. społeczne. Proces poznawania własnej kultury i tego, jak w niej żyć (nie jest to dobra rzecz w tym kontekście). sieć społecznościowa. Społeczności internetowe osób, które mają wspólne zainteresowania i/lub działania lub które są zainteresowane odkrywaniem zainteresowań i działań innych.

Większość serwisów społecznościowych jest opartych na sieci WWW i udostępnia użytkownikom różne sposoby interakcji, takie jak poczta e-mail i wiadomości błyskawiczne. normy społeczne. Zasada właściwego działania wiążąca członków grupy i służąca prowadzeniu, kontrolowaniu lub regulowaniu właściwego i akceptowanego zachowania.

Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Przede wszystkim program ubezpieczeń społecznych zapewniający socjalne

ochrona lub ochrona przed społecznie uznanymi warunkami, w tym ubóstwem, starością, niepełnosprawnością, bezrobociem i innymi. społeczeństwo. Grupa ludzi charakteryzująca się wzorcami relacji między jednostkami, które dzielą odmienną kulturę lub instytucje.

miękką ekonomią. Gospodarka, której brakuje solidnej siły, wytrzymałości lub wytrzymałości.

zabiegać. Staraj się uzyskać, zwykle przez pilne prośby lub prośby. rozwiązań. (1) działanie lub proces rozwiązywania problemu; (2) odpowiedź na problem. wydać. (1) Aby zapłacić pieniądze, zwykle w zamian za towary lub usługi; (2) do korzystania z zasobu, takiego jak czas.

sfera wpływów. Obszar, w którym jednostka ma prawo do działania lub wywołania efektu bez widocznego użycia siły lub bezpośredniego wykonywania dowództwa, zwykle ze względu na pokrewieństwo, autorytet lub reputację. stoisko. Aby powstrzymać, odwrócić uwagę lub opóźnić przez uniki lub oszustwo. standardy. Coś ustanowionego i ustanowionego przez władzę z reguły do pomiaru ilości, wagi, zasięgu, wartości lub jakości.

Steve Jobs. Współzałożyciel i dyrektor generalny Apple. strumień. (1) Stała sukcesja (jak w słowach lub wydarzeniach); (2) stale odnawiana lub stała podaż. powodzenie. Osiągnięcie celu lub celów, które osoba sobie wyznaczyła.

Według tego autora, na sukces składają się trzy czynniki: jest ważne, jest Twoim obowiązkiem i nigdy nie może go zabraknąć. wystarczający. Wystarczająco na potrzeby sytuacji lub proponowanego celu. całkowita suma. Całkowity wynik; całość. superświniak. Zagorzały entuzjasta w przesadnym stopniu; ktoś, kto idzie na całość! dostawca. Podmiot zewnętrzny, który dostarcza stosunkowo powszechnie, gotowe lub standardowe towary lub usługi, w przeciwieństwie do wykonawcy lub podwykonawcy, który często dodaje specjalistyczne dane wejściowe do rezultatów. Nazywany również sprzedawcą. stłumić. (1) Uśmiercać władzę lub siłę; (2) ujarzmić; powstrzymać się od zwykłego postępowania lub działania; (3) hamować wzrost lub rozwój. otaczające porozumienie. Myslenie i pomysły grupy lub środowiska

wokół osoby.

Ankieta. (1) Czynność badania stanu, sytuacji, wartości lub oceny; (2) czynność zapytania w celu zebrania danych do analizy jakiegoś aspektu grupy lub obszaru.

przeżyć. (1) pozostać żywym lub istnieć; żyć dalej; (2) nadal funkcjonować lub prosperować. (Większość ludzi myśli o przetrwaniu, ale nie jest to definicja używana tutaj.) huśtawka dla płotów. Żargon baseballowy sugerujący próbę trafienia na home run. W biznesie oznacza to, że ktoś naprawdę na to poszedł. cel. To, co osoba stara się osiągnąć.

Dziesięć Przykazań. Lista imperatywów religijnych i moralnych, które zgodnie z tradycją judeochrześcijańską zostały napisane przez Boga i przekazane Mojżeszowi na górze Synaj (Wj 19:23) lub Horeb (Pwt 5,2) w formie dwóch kamiennych tablic. Wyróżniają się w judaizmie i chrześcijaństwie. dziesięć razy. Wyniki pomnożone przez liczbę 10. w tym. W tym szczególnym aspekcie (np. w tym tkwi problem). prosperować. (1) Aby rosnąć energicznie; zakrętas; (2) zdobywanie bogactwa lub majątku; prosperować; (3) postęp w kierunku lub realizację celu pomimo lub z powodu okoliczności.

obcisły. Charakteryzuje się stanowczością lub ścisłością w kontroli lub aplikacji lub dbałością o szczegóły (np. napięty harmonogram). zwycięzca. Osoba, grupa lub rzecz na stanowisku autorytetu, zwłaszcza poprzez zwycięstwo w zaciętej rywalizacji. toksyna. Substancja trująca, która jest specyficznym produktem aktywności metabolicznej żywego organizmu i jest zwykle bardzo niestabilna, szczególnie toksyczna po wprowadzeniu do tkanek i zazwyczaj zdolna do indukowania tworzenia przeciwciał. szkolenie. (1) Czyn, proces lub metoda trenującego; (2) umiejętności, wiedza lub doświadczenie zdobyte przez osobę trenującą. stopa bezrobocia. Odsetek ogółu pracowników, którzy są bezrobotni i poszukują płatnej pracy. Stopa bezrobocia jest jedną z najważniejszych obserwowanych statystyk, ponieważ rosnąca stopa jest postrzegana jako oznaka słabnącej gospodarki, która może wymagać obniżki stóp procentowych. Podobnie spadająca stopa bezrobocia wskazuje na rozwijającą się gospodarkę, której zwykle towarzyszy wyższa inflacja i może wymagać podwyżki stóp procentowych.

wyjątkowy. (1) Bycie bez podobnego lub równego; niezrównany; (2) wyróżniająca się charakterystyka.

niezachwiany. (1) Nie wahać się między wyborami; (2) brak wahań opinii, lojalności lub kierunku. wartość. Względna wartość, użyteczność lub znaczenie. Dodaj wartość.

Tworzenie przewagi konkurencyjnej poprzez łączenie, łączenie lub pakowanie cech i korzyści, które skutkują większą akceptacją klientów. propozycja wartości. Mieszanka towarów i usług oraz cen i warunków płatności oferowanych przez firmę swoim klientom. żyła. Złoże użytecznej materii mineralnej.

sprzedawców. Producent, producent lub sprzedawca. zwerbalizować. Wyrazić coś słowami.

Wikingowie. Skandynawscy kupcy i poszukiwacze przygód, którzy rządzili morzami w średniowieczu, ale których kultura i działalność wymarły podczas ekspansji chrześcijańskiego świata.

Vince Lombardi. (11 czerwca 1913 – 3 września 1970). Był głównym trenerem drużyny Green Bay Packers w NFL od 1959 do 1967 roku, zdobywając pięć tytułów mistrzowskich w ciągu dziewięciu lat. Po rocznej emeryturze z coachingu w 1968 roku powrócił jako główny trener Washington Redskins na sezon 1969.

Bank Wachovii. Z siedzibą w Charlotte w Północnej Karolinie, zdywersyfikowana spółka zależna firmy Wells Fargo świadcząca usługi finansowe. Wachovia Corporation została zakupiona przez Wells Fargo 31 grudnia 2008 roku i od tego dnia przestała być niezależną korporacją. W ciągu następnych trzech lat marka Wachovia wchłonęła się w markę Wells Fargo. Akcje Wachovia Corporation były notowane na Nowojorskiej Giełdzie Papierów Wartościowych pod oznaczeniem WB.

Wall Street. Film z 1987 roku o młodym maklerze giełdowym, który odbywa praktykę u niemoralnego bandyty z korporacji.

Wal-Mart. Amerykańska korporacja publiczna, która prowadzi sieć dużych dyskontów. Jest to największa na świecie korporacja publiczna pod względem przychodów, według rankingu Fortune Global 500 z 2008 roku. Założona przez Sama Waltona w 1962 roku, została zarejestrowana 31 października 1969 roku i notowana na Nowojorskiej Giełdzie Papierów Wartościowych w 1972 roku. pracodawca na świecie i trzeci co do wielkości pracodawca użyteczności publicznej lub komercyjny. ostrzeżenie. (1) Czynność udzielania upominających rad; rada; (2) akt powołania

czyjeś uwagi lub informowania.

Warren w formie bufetu. Inwestor odnoszący największe sukcesy na świecie. Od skromnych początków zajmował się gazetami i sprzedawał gazety od drzwi do drzwi. Teraz znajduje się w pierwszej piątce najbogatszych ludzi na świecie.

Washington Mutual (WaMu). Holding zajmujący się bankami oszczędnościowymi i byłego właściciela Washington Mutual Bank, który był największym stowarzyszeniem oszczędnościowo-pożyczkowym w Stanach Zjednoczonych. W dniu 25 września 2008 r. amerykański Urząd Nadzoru nad Oszczędnościami (OTS) przejął Washington Mutual Bank od Washington Mutual Inc. i umieścił go w zarządzie komisarycznym Federalnej Korporacji Ubezpieczeń Depozytów (FDIC). OTS podjęło akcję w związku z wycofaniem depozytów w wysokości 16,4 miliardów dolarów podczas 10-dniowej rundy bankowej w dniu 30 czerwca 2008 r. bogactwo. (1) Rzecz materialna lub niematerialna, która poprawia sytuację osoby, rodziny lub grupy; (2) obfitość cennych dóbr materialnych lub zasobów. chętny. (1) Sklonny lub przychylnie usposobiony; (2) zachęcony do działania lub odpowiedzi. plotka. Wygenerowane lub oparte na reklamie ustnej.

Światowe Centrum Handlu. Czasami określane jako WTC lub Twin Towers. Kompleks na Dolnym Manhattanie, którego siedem budynków zostało zniszczonych w 2001 roku podczas ataków z 11 września. Strona jest obecnie przebudowywana z sześcioma nowymi drapaczami chmur i pomnikiem ofiar ataków. wow. Służy do wyrażania silnych uczuć (jak w przyjemności lub zaskoczeniu).

Xbox. Konsola do gier wideo wyprodukowana przez firmę Microsoft Corporation. Był to pierwszy krok Microsoftu na rynku konsol do gier i konkurował z PlayStation 2 firmy Sony i GameCube firmy Nintendo. Zintegrowana usługa Xbox Live umożliwia graczom rywalizację online. zambi. Osoba, która przypomina tak zwanych chodzących trupów.

O autorze

Grant Cardone jest autorem bestsellerów New York Times i uznany na całym świecie ekspertem ds. szkoleń sprzedażowych. Jest regularnie widywany w CNBC, MSNBC, Fox News i Fox Business. Jest także współpracownikiem dla Huffington Post. Joan Rivers niedawno zrobiła segment o nim i jego rodzinie w swoim programie „Jak się tak bogaty?”

Pan Cardone od 25 lat współpracuje z firmami na całym świecie, dostosowując i dostarczając programy i systemy sprzedaży w celu usprawnienia procesów sprzedaży i zwiększenia przychodów ze sprzedaży. Przemawiał do publiczności w każdym większym mieście w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie, Brazylii, na Karaibach, w Austrii, Anglii i Australii. Jego metodologie są wykorzystywane w biznesach w Irlandii, Rosji, Tajwanie i aż po Kazachstan. Jego książki są tłumaczone na wiele języków, w tym niemiecki i chiński. Opracował wirtualną stronę szkoleniową sprzedaży na żądanie dla przemysłu motoryzacyjnego (www.salestrainingvt.com) i udostępnia podobną witrynę dla osób fizycznych i innych organizacji sprzedaży (www.cardoneuniversity.com).

Publiczność podróżuje z całego świata, aby uczestniczyć w jego jednodniowych seminariach na żywo. Jego pierwsza książka, *Sell to Survive*, dotarła do górnego 1 procenta samodzielnie wydanych książek i jest uważana za „ostateczną książkę o sprzedaży w XXI wieku”.

Jeden z czytelników powiedział: „Informacje w *Sell to Survive* to pierwsza nowa rzecz napisana w sprzedaży od 50 lat!” Inny stwierdził: „Po wieloletnim czytaniu książek o sprzedaży ta książka stoi ponad wszystkimi innymi książkami, jakie kiedykolwiek czytałem na ten temat”. Jego pierwsza opublikowana książka, jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni, niedawno stała się bestsellerem New York Timesa .

Pan Cardone sprawdził się również poza sceną, w prawdziwym świecie biznesu. Jest właścicielem trzech odnoszących sukcesy firm, które powstały od samego pomysłu i bez pieniędzy, po prostu ciężkiej pracy.

Oprócz swoich przedsiębiorczych przedsięwzięć, pan Cardone jest mocno zaangażowany w działalność filantropijną i został uznany przez USA

Senat, Kongres, burmistrz Los Angeles i inni. Niedawno otrzymał nagrodę Rajiv Gandhi Award za wysiłki na rzecz połączenia indyjskich i amerykańskich firm oraz nagrodę Distinguished Alumni Award przyznawaną przez McNeese State College, gdzie uzyskał stopień naukowy w dziedzinie księgowości.

Pan Cardone mieszka w Los Angeles z żoną, aktorką i producentką Eleną Lyons oraz ich córką Sabriną Franceską.

Indeks

Obfitość, ciesząc się darami

„Myślenie o obfitości”

Osiągnięcia, pragnienie

Odpowiedzialność, wysoki poziom

Osiągnięcie

ograniczenie szans na nowe
poziomy

Przejęcia, działania

ograniczające. Zobacz także Aktywność; Wielkie akcje; Codzienne działania; Nic nie robić; Wpisy jadące; Masywne działanie; „Podsykanie ognia”; Działania strategiczne; Podjęcie koncepcji działania; Nierozsądne działania

średni
najlepszy czas do podjęcia
zobowiązanie do
zdyscyplinowane, konsekwentne i wytrwałe cztery
stopnie celów jako paliwo do zwiększenia listy
zarządzania normalnymi poziomami

gotowość do podjęcia
odpowiednia ilość/poziomy, ix
samonapędzający się nadczłowiek,
x podejmowanie wystarczającej
ilości niedocenianych działań,
bezużyteczne. Zobacz także

Aktywność Ilość aktywności

nieustępeliwy atak na
Poziom aktywności, jako zagrożenie
„Uzależnienie od średniej”,
Przeciwności, przezwyciężanie
Kampanie reklamowe
„Zgadzam się nie zgadzam”
Konsepcja „wszystko w jednym”

Mentalność „wszystko w jednym”, krytyka

Apatia

Jabłko

Nominacje, wzrastające

Uwaga

 jako siła przyciągająca

 wycenяjaca

„Średnia”

 jako zawodna formuła

 jako cel

Przeciętni ludzie, słownictwo i sposób myślenia

Saldo

 osiąganie poprzez cięższą pracę z

 mitem najlepszych praktyk,

studowanie Wielkich działań Wielkie cele

„Wielkie myślenie”. Zobacz także Wielkie

myślenie Wielkie rezultaty myślenia

Gra

obwiniajaca „Boogeymen”,

Buffett, Warren

„Budowanie ognia”

Biznes, zabezpieczanie poprzez masowe działania. Zobacz także Przedsiębiorcy

Przedsiębiorcy. Zobacz także Firmy rozwijające się rozpoczynające działalność

Programy oddzwania

Kampanie, tworzenie

Postawa „może zrobić”

Możliwości, niedocenianie

Cardone, Grant

tło i osiągnięcia

Kariera

zobowiązanie do

kochające Wyzwania,
kochające Wyzywające środowiska,
działanie w Zmianie, przyjmowanie Cech
ludzi sukcesu Dzieci, obsesja na punkcie
Klientów, nasilanie się na zimno Cecha
„Zaangażuj się najpierw zastanę się później”
Zaangażowanie(-a). Zobacz także
Przeciążanie sprzecznych nawyków

do nadludzkiej
wszechobecności,

x

Poziom zaangażowania,
zmieniające się firmy. Zobacz także Firmy; Awaria wielu
firm

utrzymanie statusu
wszechobecnego

Konkurencja

poświęca zbyt dużo czasu na
myślienie w kategoriach
kontra dominacja

martwić się o

Przewaga konkurencyjna

Zdolność,

działania i sposób myślenia konkurentów w
zakresie uczenia się od

praca na zewnątrz

Baza kontaktowa, rozbudowa

Ciągłe uczenie się, oddanie

Skurcz

unikanie

promocji społecznej

Kontrola

zakładając

rezygnację

Odwaga, demonstracja

Kreatywność

nieograniczona natura

nadmierne zaangażowanie

Kredyt, zależność od

Upadek kredytu

Krytyka

podziw i

postępowanie jako znak sukcesu

Pozyskiwanie klientów

Reklamacje klientów

jako możliwości biznesowe

Klienci

kontynuacja z

rosnącą interakcją z

Zadowolenie klienta, obsesja na punkcie

Koncepcja satysfakcji klienta

Obsługa klienta

nadmierna dostawa

Codzienne działania

Niebezpieczeństwo, obejmując

Umowa, zamknięcie

Reklama „Głęboka kieszeń”

Opóźnienie, wady

Dostawa, obawy dotyczące

Pragnienie, znaczenie

Pożądane końce

Dylematy, przed którymi stoi

Kierunek, brak

Rozczarowanie

Dyscyplina

rozwijająca

znaczenie

Dyskomfort, przytulanie

Uznaniowy dochód

Disney, Walt

Nic nie robić

Dolar, spadek z

Dominacja

jako cel

jak ćwiczyć

znaczenie udziału

w rynku

kontra konkurencja

Mentalność dominacji

Marzenia

wielkie poddanie się

Skurcze gospodarcze/

spadki

Wysiłek(-i)

poprawne oszacowanie, xi

zwiększenie nieograniczonej

natury

ludzie, którzy utrudniają
odpowiednią ilość, x, xi

Kampanie e-mailowe

Nieograniczony energetycznie charakter

przesadne sposoby
wydawania pieniędzy

Zaangażowanie, zaangażowanie w

Zazdrość, krytyka i

Szacunek, wysiłek

Etyczne zachowanie

Etyka, zdefiniowana

Wydarzenia

przejęcie kontroli nad
nieoczekiwany

Wyjątkowi ludzie, poszukujący

Wymawianie się

zdefiniowany
często używany
odpowiedzialność i
sukces oraz
kontra zdrowe powody

Kadra kierownicza, odnosząca sukcesy finansowe

Przykład

ekspansji
sukcesu i

Wdrażanie taktyki

ekspansji

Oczekiwania

Nadzwyczajne osiągnięcie

Nadzwyczajny sukces

zapewniający

Niezwykle udane osoby

Niepowodzenie

unikanie

przyczyny

tłumacząc się

Rodzina, równoważenie pracy z

Przyszłość rodziny, sukces tak ważny, aby

Strach

uniemożliwiający charakter

przyjmowania traktowania

jako znaku do podjęcia

działań głodujących

bezpodstawnych

za pomocą

Zjawisko „strachu przed sukcesem”

Informacja zwrotna

Cele finansowe

Dobrobyt finansowy, zagrożenia dla

fiksacji Pierwszego Stopnia Działania.

Zobacz także Obsesja

wyniki

tłumienie

„Latający pod radarem”

Centrum

na golach

w tej chwili

obsesyjny

przy okazji

Podążaj przez

Kontynuacja, xi

Programy uzupełniające

Ślad, rozszerzanie

Problem z wykluczeniem

Czwarty stopień działania

Spełnienie, wystarczające

Przyszłość, skup się na

Gekko, Gordon

Zjawiska „szybkiego wzbogacenia się”

Poddawać się

Słowniczek

Osiągnięcie celu, błędy związane z

Orientacja na cel

Cele. Zobacz także cele 10X

osiągające osiągnięcie

dodania energii do

definiowania konceptualizacji,

ix wyjątkowe skupienie się

na

wymienianie błędów podczas

ustawiania, ustawienie x dla

przetrwania ustawienie wystarczająco

wysokie sformułowanie tekstu

Koncepcja wyznaczania celów, xi

Idąc „wszystko w”

„Idę na całość”

„Idę na to”, wyniki

Google

Proces „większy niż przeciętny”, obejmujący

Wielkość, osiąganie

Grupa, zainteresowanie

Gaj, Andy

Wzrost, ciąg dalszy

Nawyki ludzi sukcesu

Półśrodkie

Wydarzenia, odpowiedzialność za

Mentalność stadna

Wysoce etyczne zachowanie

„Wstrzymywanie” lat

Implozja obudowy

Pomysły, tradycyjne

Jeśli nie jesteś pierwszy, jesteś ostatni (Cardone)

Poprawa, pragnienie

Problemy z dochodami

Niedogodności, zmniejszające szanse

Inflacja

Wpływ, ograniczenia związane z

Informacje, rozpowszechnianie

Sprzedaż wspomagana informacjami

Nastawienie „wygraj wszystko, co trzeba”

Problemy, przed którymi stoją

Perspektywa „Rozwiążę to”

Praca, Steve

„Wystarczy” myślenia

Zaangażowanie w naukę

ważność

Sytuacje życiowe, wyzwanie

Ograniczenia, źródła

„Trocę myśleć”

Długowieczność, sukces mierzony przez

Długoterminowe cele

Niższa klasa średnia

Szczęście

Pomysł „Make it działa”, uzależnienie od

Hałas na rynku, przedostanie się

Ogromna akcja

nieustraszoność i

jako nawyk

jako stan naturalny

przygotowanie

na problemy związane z

sukcesem i

Ogromny sukces

Masywne myślenie

Masywne myśli, masowe działania i

Źródła mediów

Przeciętność, wyrwanie się

„Ja najpierw myślę”

Klasa średnia

wyrwanie się ze

sprzecznych znaczeń

dotychczasowego znaczenia

dochodów

jako sposób myślenia

Mentalność klasy średniej

Wyciskanie klasy średniej

Nastawienie. Zobacz także nastawienie 10X

przeciętnych ludzi

konkurentów „w-to-to-

win-to-cokolwiek”

to trwa”,

klasa średnia

przesunięcie w prawo

Błędna kalkulacja, potrzebny wysiłek

Misja

obsesja na punkcie

gorliwe podejście do

Mistargeting Momentum,

magiczne Pieniądze, zmiany

wartości. Zobacz także Bogactwa; Zamożność Poziom motywacji, xi

wysoki Idąc do przodu Wiele firm, tworzących kampanię „Tajemniczy

sklep” Kampanie tajemniczego sklepu

Imię, znaczenie

Tworzenie nazw, przykład

Neysayers, lekceważąc

Negatywne względy

Zadowolenie nieklienta

Normalny poziom działania, problemy związane z

Normy, uzgodnione

Teraz skup się na

Obscurity, unikanie

problemu Obscurity

Obsesja. Zobacz także Mocowanie

konotacja

zachęcanie

jako prezent

jako cel brak

Wszechobecność

zobowiązanie do

inwestować w

Wszechobecne firmy

„Tylko praktyki”

Skoncentruj się na
możliwościach

Czerpać korzyści z
Optymistyczne przeszacowanie
Organizacje, rozwijające się
Wyniki

strach przed

wycofującego
się siebie jako przyczyny

Nadmierne korzyści
z

Prześwietlenie zdjęcia

“Błyskawiczny sukces,”

Pasja

Ludzie
etyczni
wszechobecny,
skoncentrowany na
możliwościach, sukces kontra niepowodzenie

Peres, Szymon

Wykonawcy, niski kontra wysoki
Trwałość

rozwijanie
przesadnych nagród
z

Prezenty osobiste, wykorzystując
Cechy osobowości ludzi sukcesu
Planowanie
Grając bezpiecznie
Możliwości, walidacja
Potencjał

łączenie celów z życiem

aż do niedoceniania

niewykorzystanych

środków

Z góry ustalone pojęcia

Gotowość, znaczenie

Firmy PR (public relations)

Ceny rosną

Priorytety

modyfikowanie

harmonogramu

ustawień

Problemy

zmaganie się z

przytłaczającym

poszukiwaniem

Kunktatorstwo

Produkcja, wzrost

Produkty

dotarcie do bazy

wsparcia rynkowego dla

Zyski w wyniku wysiłku

Zakończenie projektu, błędna ocena

Wydatki promocyjne, rosnące

Propozycja zakupu

Cel, znaczenie

Pytania jakościowe, zadawanie

Rezygnacja, wady

Racjonalizacje

Metoda „sięgania”

„Sięgnij w górę” w związkach

Realistyczne cele

Rzeczywistość, tworzenie własnego
Rozumowania, niedocenianie. Zobacz też Myślenie odrzucenie,
unikanie związków, „sięganie do góry” w Zasoby

rozszerzenie zastosowania
overcommitting
Zrzeczenie się

odpowiedzialności
Wyniki, zainteresowanie
rekolekcje
Wycofanie się
Zbieranie przychodów
Bogactwo, gromadzenie. Zobacz także Pieniądze; Podejście
zgodne z prawem do bogactwa, określanie i podejmowanie
ryzyka, „normalne” działania i podejmowanie ryzyka Model
roli, status a, x

Cele sprzedażowe, właściwa kolejność
Proces sprzedaży, awarie w
Trening sprzedaży
Sanders, pułkownik
Koncepcja „niedoboru”
Schultz, Howard
Drugi stopień działania
Dominacja sektorowa

Samego siebie
rozróżnianie
kłamstwa jako
problemu i sensu rozwiązania

jako źródło

Samokształcenie

Doskonalenie siebie

Myślenie samoograniczające

Samolubna postawa

Sprzedaj, aby przetrwać (Cardone)

Komplikacje

Poważne niedoszacowanie

Mit „niedoboru”

Skróty

Sytuacje, odpowiednia ocena

Małe myślenie

Media społecznościowe

Rozwiązań, generowanie

Stallone, Sylvester

Starbucks

udoskonalenie

„Podsykanie ognia”,

Działania strategiczne

Sukces. Zobacz także Nadzwyczajny sukces

nagromadzenie

apetytu na ataki

na

osiągnięcie, x dbanie

o zmieniające się idee

zaangażowania, x

dalsze dążenie do

tworzenia

krytyka jako znak

zdefiniowanej

różne znaczenia jako

obowiązek, obowiązek i odpowiedzialność

jako nawyk
jako przypadek
znaczenie
inspirującego aspektu
ograniczania ilości utrzymania
minimalizowanie wartości
braku ograniczeń do

obsesja na punkcie
wytrwałość i nauka

Ludzie sukcesu kontra ludzie, którzy nie odnieśli sukcesu

Ankiety

Przetrwanie, znaczenie sukcesu dla

Myślenie „Zwolnij”

Postawa „nie bierz jeńców”

Koncepcja podjęcia działania, xi

Koncepcja osiągnięcia celu, xi

Poziomy docelowe, poniżej par

Cele

osiągające osiągalny
charakter
duże
ustawienie
redukcyjne wystarczająco wysokie, x

Telewizja, wykorzystując

10X

przykład użycia
Pierwsze kroki z
10X akcji, ix wartość

10-krotny wysiłek

10X goli

10X poziomów

operowanie przy,

x ustawienia cele w

myślaniu przy

10X nastawienie

10X parametry

10X rzeczywistość, tworzenie

10X rola

Reguła 10X,

zdefiniowana ix-xii

jako dyscyplina, x

skupienie

jako gwarancja

realizacji projektu z

testowaniem istotności

10X cele, wypłata z 10X myślenia,

ix Myślenie. Zobacz też „Myślenie

w obfitości”; „Wielka myśl”; Wielkie myślenie; „Wystarczy” myślenie; „Mało myśleć”; Masywne myślenie; „Ja najpierw myślę”; Myślenie samoograniczające; Małe myślenie; Myślenie „zwolnij”; myślenie 10X;
„Przywódcy myślą”; Myślenie ofiary dostosowujące się bez ograniczeń

właściwe poziomy, ix

Trzeci stopień działania

„Przywódcy myślą”

Czas

decydowanie, jak używać

śledzenia mnożenia

Zarządzanie czasem, mit

Bajka „Żółw i zajęc”

Tradycyjne pomysły, łamanie

Szkolenie, znaczenie

Niepewność, ekspansja podczas

Niedocenianie, problemy związane z

Niespodziewane wydarzenia

Nieu czciwa przewaga

Nieplanowane zmienne

Nierealistyczne cele

Nierozsądne działania

Nierozsądne wybory

Nierozsądnośc, obejmowanie

Ludzie nieudani kontra ludzie sukcesu

Wyższa klasa średnia

Rentowny biznes, budowanie

Ofiara, przyjmując tożsamość

Czynniki myślenia

ofiary w

Wideo, tworzenie. Zobacz także Telewizja

Budzenie

Walton, Sam

Słabe rynki

Bogactwo. Zobacz także Pieniądze;

Bogactwo tworzące niszczących

ludzi bogatych, zaangażowanie

Chęci, wykazywanie Zwycięskiego

znaczenia poprzez masowe działanie

Pracownicy, przeciętna Etyka pracy, xi

mocny

„Tak”, zawsze mówię