

16+

ЕЛЕНА СВОБОДИНА

КРЕАТИВ



Елена Свободина

Креатив(ь)!

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Свободина Е.

Креатив(ь)! / Е. Свободина — «ЛитРес: Самиздат», 2019

Креатив. Нужен ли он менеджеру, чтобы быть успешным? Автор книги вместе с сегодняшними бизнес-лидерами отвечает: "Не просто нужен, креативность становится одним из наиболее востребованных и дефицитных качеств лидера - компетенцией будущего". Мы предлагаем пять увлекательнейших способов развить в себе креативность. Пять способов, которые задействуют ваши руки, глаза, язык, голову и сердце. А настоящие примеры расскажут как 8 менеджеров, участников тренинга по этой книге, активировали в себе творческий потенциал, и что из этого получилось.

© Свободина Е., 2019

© ЛитРес: Самиздат, 2019

Содержание

Предисловие	5
Часть I. Компетенция будущего	7
Глава 1. Интуиция, креативность и риск	7
Глава 2. Можно ли развить креативность	8
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Выражаю огромную признательность художнику Ирине Драгунской за создание замечательной обложки, писателю Марии Кузнецовой за бесценные советы, моему мужу Артему Пузанову за поддержку.

Предисловие

За неделю до тренинга, созданного по этой книге, пришли эскизы к ее обложке. Я выбрала из четырех вариантов один. Если вы читаете мою книгу сейчас, то, вероятно, благодаря этому выбору она не затерялась среди множества других книг на полке, и вы остановили на ней свой взгляд. Но перед отправкой книги в издательство я, уже сделав выбор интуитивно, все же решила показать все четыре варианта фокус-группе (ее участники позже стали участниками тренинга). Я пронумеровала эскизы и попросила ребят выбрать тот, что привлек их внимание больше всех. Интересно, что почти все восприняли задачу по-другому. Ребята стали активно высказываться о «недостатках» вариантов. Претензий к моему фавориту было больше всего. Цвет казался им агрессивным, шрифт неровным и скачущим, а изображенные швабры «не заходили». Поступило даже предложение сменить их на малярные кисти. То, что один из эскизов вызвал так много обсуждений, и явилось в итоге решающим фактором в его пользу: он никого не оставил равнодушным. А не в этом ли задача обложки?

Тут мне вспомнился другой случай из моего давнего опыта проведения фокусной группы. Я тогда была стартап-менеджером производства кормов для животных в компании «Мяснофф». Продукт был абсолютно новым для российского рынка – колбаса для собак. Представьте вареную колбасу в оболочке, на которой написан какой-то текст (название, состав, ГОСТ и т. д.). Наша колбаса была точно такой же. Конечно, состав был специально разработан для собак, но на вид – обычная колбаса. Поскольку такого продукта в России еще не существовало (идея производства пришла из Австралии), то передо мной стояла непростая задача: не имея бюджета на продвижение, рассказать покупателям о новом продукте. Кроме того, я предполагала, что в некоторых случаях моя колбаса для собак будет соседствовать в холодильнике магазина с колбасой для людей, поэтому важно было визуально отличаться и настолько привлекать внимание покупателя, чтобы он захотел расспросить продавца о том, что это за колбаса такая. Я выбрала несколько вариантов цветов будущей оболочки. Мы сварили в них продукт и представили образцы на суд участников фокусной группы, которая состояла из заводчиков собак. История обсуждения очень походила на сегодняшнее обсуждение эскизов. Группа не выбрала ни одно из предложенных решений, а начала предлагать свои варианты. Все они говорили, что мы выбрали «ненатуральные цвета», что нужно взять «что-то, напоминающее мясо», и при этом что-то «неагрессивное». В общем, мне предлагали взять бежевый или бледно-розовый цвет, что, конечно, никак не решало мою задачу отстроить новый продукт от всех других колбас, произведенных для людей, и выделиться настолько, чтобы владелец собаки просто не смог пройти мимо. Больше всего нападков было на горячо любимый мной синий цвет. Этот синий был не просто синим, он был цвета индиго. Фрида Кало называла его цветом любви. А участники моей фокус-группы называли его «трупным», «неестественным», «непригодным для продуктов». Но они так долго его критиковали, оставив без внимания все другие варианты, что я поняла, что задачу «привлечь внимание» и «отстроиться» я точно решу благодаря ему. Был, конечно, риск, что владельцы собак наотрез откажутся покупать что-то в «неестественной» упаковке, но я решила рискнуть. И синяя колбаса для собак до сих пор является бестселлером в компании «Мяснофф». Вспомнив тот случай, я решила рискнуть и с обложкой. Как маркетолог я знаю, что фокусная группа проводится не для того, чтобы следовать всему,

что предлагают участники, но для того, чтобы услышать их рассуждения и понять, что за этим стоит – то, что будет важно для успеха твоего проекта. И в этом мне моя группа очень помогла.

Часть I. Компетенция будущего

Глава 1. Интуиция, креативность и риск

Эндрю Фокс, подданный Великобритании, специалист по ценным бумагам, в числе первых предпринимателей устремился в 1990 году в военно-морской порт Владивосток, сразу после того как город объявили открытым для въезда иностранцев. Эндрю основал на Дальнем Востоке России первую брокерскую компанию, привлек инвестиции западных банков, принял участие в создании фондовой биржи. Не было, пожалуй, ни одной крупной сделки в Приморье без его участия (Дальневосточное морское пароходство, порт Восточный, Дальморепродукт, Спасскцемент, ГУМ, Сахалинморнефтегаз). Британская инвестиционная компания скупала акции всех ведущих предприятий в крае и в какой-то момент стала крупнейшим владельцем активов региональных гигантов. Авантюра или умение разглядеть грандиозные возможности? Эндрю Фокс был, безусловно, человеком, которому крупно повезло. Ведь он, будучи студентом Кембриджского университета, не мог предсказать развал Советского Союза, приватизацию в России, начало свободной торговли в еще недавно закрытом городе. Предсказать не мог, но как только это случилось, свой шанс он не упустил. Взлет был великолепным. Также через 8 лет Эндрю не смог предсказать сокрушительного дефолта 1998 года, но сумел отреагировать на него так, что его компания – одна из немногих, преодолевших драматические события 90-х. Она и сейчас занимает свое достойное место на рынке ценных бумаг Приморья. Спустя несколько лет после кризиса 1998 года «Тайгер Секьюритиз» и ее основатель стали предметом изучения курса по организационному лидерству в бизнес-школе CEU (Центрального Европейского Университета). Исследователи пришли к выводу, что залогом успеха были смелость, интуиция и креативность ее создателя.

Глава 2. Можно ли развить креативность

Экспертные сообщества в области изучения личной эффективности относили, да и сейчас еще относят креативность к мало развиваемой компетенции. Тем не менее, ее часто ставят сотрудникам в план развития, потому что сегодня наличие креативности отличает сильного лидера, способного нести изменения от исполнителя. И чем раньше вы начнете работать над развитием широты взгляда и неординарности подхода в принятии бизнес-решений, тем успешнее сложится ваша карьера. Что же рекомендует опытный коуч, если задача развить креативность поставлена? Как правило, он рекомендует перемены. Большие, ощутимые перемены. Нас переводят из отдела в отдел, из одной роли в другую, мы меняем компании, индустрии и страны. То, что такие радикальные изменения в нашей жизни помогают в развитии широты кругозора и дают новый взгляд на вещи – бесспорно. Проблема в том, что мы не можем бесконечное число раз испытывать на себе такие травмирующие события. И что делать, если в данный момент вы не хотите или не можете покинуть компанию или перейти в другой отдел? Эта книга – пособие, как развить креативность, не меняя свою работу, не сходя со своего места. Пять увлекательнейших способов открыть в себе творческие способности, применимые в бизнесе, получая при этом ни с чем не сравнимое удовольствие и открывая для себя новый мир.

То, что креативность все-таки поддается развитию, подтверждают успешные менеджеры дня сегодняшнего. Автор книги задал вопрос руководителям российских и западных компаний (Mars Inc, РосАтом, Eli Lilly, Jacobs Douwe Egberts, Colgate Palmolive, Bausch+Lomb, Zott): считают ли они, что их собственный уровень креативности вырос за годы работы, и что конкретно (помимо смены компании, функции, индустрии и страны) способствовало этому росту. Из 10 опрошенных топ-менеджеров ни один не усомнился в том, что креативность можно развить. Все они отметили свой личный и весьма ощутимый прогресс на этом пути.

На истории одного человека, очень успешной бизнес-леди, я хочу остановиться подробно. У меня была возможность наблюдать за ее карьерным ростом на протяжении 13 лет. Зовут ее Екатерина Б. Сегодня Катя занимает должность директора отдела продаж в одной из крупнейших и самых успешных западных корпораций, входящих в Fortune 500. Катя руководит отделом из 100 человек и отвечает за бизнес размером, сопоставимым с ВВП некоторых африканских государств или стран Карибского бассейна. Катя пришла в корпоративный мир очень юным специалистом. Она сильно выделялась среди коллег: очень высокая, с короткой, огненного цвета стрижкой и татуировкой на шее, шумный экстраверт с характерным уральским говором, но, главное, всех буквально шокировали ее безапелляционная категоричность в суждениях и исключительная прямолинейность. Острый язык, умение подмечать детали и колко о них говорить тоже заставляли многих насторожиться. Но Катя была очень умной девушкой, схватывала информацию на лету, умела отлично систематизировать и анализировать информацию, пожалуй, как никто в ее команде. Кроме того, она была из тех лидеров, чье лидерство никем не ставится под сомнение. Вот она заходит в комнату, и всё, лидером комнаты сразу становится она. Харизматичная, умеющая взять на себя ответственность, нацеленная на результат, уверенная в своих силах и очень амбициозная. В общем, она стремительно из специалиста превратилась в менеджера и стала частью команды, в которую входила и я. Нас было всего две девушки в большом мужском коллективе, поэтому во всех командировках мы часто делили гостиничные номера. Как-то Катя пошутила, что провела со мной столько ночей, что ощущение, что мы женаты. Перед сном мы много говорили о бизнесе и о жизни вообще. Из длинных вечерних рассказов я узнала, что у Кати довольно серьезный горизонт планирования – не менее чем на 10–15 лет. У нее было просчитано все: в каком году получить продвижение и

даже когда выйти замуж. У Кати, скорее, математический склад ума. Читать она предпочитала бизнес-литературу и, как я сказала раньше, схватывала на лету материал. Английский не знала вообще. В то время в американских компаниях было принято делать презентации на английском, ведь было немало иностранцев среди управленцев. Помню, как Катя на одной из встреч со свойственной ей категоричностью заявила: «Я работаю в России и писать буду на русском». В комнате повисла пауза. И так, если бы сейчас мне нужно было бы описать, какой была Катя в 2005 году, то я бы сказала: прирожденный лидер, высокоорганизованный, структурированный, с мощными аналитическими способностями, но излишняя категоричность не позволяла ей видеть альтернативные решения. Что-то не позволяло ей подняться над тем уровнем знаний и опыта, на котором она сама находилась в конкретный момент. Это как при подъеме на гору. Ты видишь лишь то, что под тобой (если, конечно, не задерешь голову). К счастью, Катя делала стремительную карьеру, и поэтому ее обзор с горы становился все выше и выше. Ее решения были качественными, действия поступательными, но все же еще не оригинальными, не креативными. Высокий IQ сделал свое дело, Катя довольно быстро поняла свои слабые стороны и начала работать над тем, чего ей недоставало. Взять хотя бы английский язык. Если на нижнем уровне карьерной лестницы его знание было всего лишь желательным, то чем выше ты в иерархии и ближе к начальству, не говорящему по-русски, тем необходимее тебе становится язык. Я знаю немногих людей, кто сумел поднять английский язык на такой хороший уровень, как Катя, будучи полностью погруженной в ежедневные серьезные бизнес-задачи. И сегодня, в 2019 году, она свободно доносит свои теперь уже весьма нестандартные идеи начальнику-иностранцу.

Значительную роль в росте креативности, которую я, безусловно, наблюдаю у Кати, сыграла, во-первых, непосредственно ее работа: перемещение из одной роли в другую, из одного отдела в другой, переезд из региона Урал в Сибирь, затем в Москву. Компания росла, задачи становились более стратегическими, Кате было нужно с нуля выстроить новую, ранее не существовавшую функцию и новый отдел. Такие вещи весьма и весьма развивают кругозор, понимание бизнеса. Благодаря опыту накапливается экспертиза и, как следствие, растет интуиция. И все же все эти изменения хоть и сыграли значимую роль, были не единственными и, вероятнее всего, не определяющими. На некоторое время мы практически потеряли друг друга из вида: я ушла в другую компанию, Катя вышла в декретный отпуск. Как личность активная, она использовала это время, чтобы попробовать свои силы в предпринимательстве. Вместе с мужем они выбирали наиболее подходящий проект для инвестирования и остановились на франшизном бизнесе. Но какую франшизу выбрать? Сколько разной информации нужно было узнать, чтобы принять решение: о различных индустриях, об особенностях каждой франшизы, нужно было углубиться в расчеты, подумать о перспективах и, наконец, сделать выбор. Когда же дело бы сделано и Катя вошла в свой новый магазин женского белья, ей пришлось вникнуть во все детали нового для нее дела: знание ассортимента, особенности покупательского поведения, управление людьми, налоги и бухгалтерия. Всего не перечислить. Но, анализируя сейчас все изменения, которые я с огромным удовольствием констатирую в своей подруге, я могу сказать, что решающую роль, на мой взгляд, в ее росте сыграли деловая любознательность и проницательность. Катя постоянно задает вопросы. Когда она приходит в ресторан, выясняет, какое блюдо и почему у них продается лучше всего, когда делает маникюр в салоне красоты, интересуется условиями труда сотрудников, не говоря уже о том, что она задает глубокие детальные вопросы человеку из другого бизнеса. Так, когда я перешла в другую индустрию, не было встречи, чтобы Катя не расспросила с подлинным интересом, как та или иная функция работает у нас в компании. И даже, когда я увлеклась живописью, Катя с удовольствием разделила мои походы в галереи. Я считаю любознательность своей подруги ключевым фактором в гигантском росте, которого она достигла как человек и руководитель. И неудивительно, что ее

последние и уже реализованные предложения по изменению структуры отдела, которым она управляет, признаны инновационными и нестандартными на уровне организации.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.