

Дон Джонс

Soft skills

для IT-специалистов

Прокачай карьеру
и получи работу
мечты



Мировой компьютерный бестселлер

Дон Джонс

**Soft skills для IT-специалистов.
Прокачай карьеру и
получи работу мечты**

«ЭКСМО»

2021

УДК 005
ББК 65.290-2

Джонс Д.

Soft skills для IT-специалистов. Прокачай карьеру и получи работу мечты / Д. Джонс — «Эксмо», 2021 — (Мировой компьютерный бестселлер)

ISBN 978-5-04-177091-4

Эта книга поможет специалистам, работающим в технологической сфере, сформулировать свои карьерные амбиции и приобрести навыки, необходимые для достижения целей, будь то новая должность, высокая зарплата или что-либо другое. Ее автор Дон Джонс, мировой эксперт в области построения карьеры, рассказывает о таких гибких навыках, как работа в команде, разрешение конфликтных ситуаций, тайм-менеджмент, и многих других скиллах, превращающих рядового сотрудника в топового профессионала. В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

УДК 005
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-177091-4

© Джонс Д., 2021
© Эксмо, 2021

Содержание

Предисловие	6
Благодарности	7
О книге	8
Об авторе	9
Об иллюстрации на обложке	10
Введение	11
1	13
1.1 Работа, карьера, успех и вы	14
1.2 Начинаем с себя	15
1.3 Что для вас успех?	17
1.4 Создаем текущий карьерный план	19
1.5 Упражнения	21
2	22
2.1 Личный бренд: целевая аудитория	23
2.2 Личный бренд и социальные сети	26
2.3 Личный бренд и широкий охват	28
2.4 Личный бренд и профессионализм	29
2.5 Личный бренд и саботаж	30
2.6 Рекомендуемая литература	31
2.7 Упражнения	32
3	33
3.1 Для чего нужен нетворкинг?	34
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Дон Джонс
Soft skills для IT-специалистов
Прокачай карьеру и получи работу мечты

Original English language edition published by Manning Publications USA.

Copyright © 2021 by Manning Publications. Russian-language edition copyright © 2022 by EKSMO Publishing Ltd. All rights reserved

© Райтман М.А., перевод на русский язык, 2022

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Предисловие

Эта книга написана под воздействием нескольких, казалось бы, несвязанных событий. Я уже почти был готов к написанию пятого издания *Be the Master* – книги, опубликованной в независимых источниках, о том, как выбрать успешное направление и развивать его так, чтобы помогать другим. Я также хотел пересмотреть *Let's Talk Business* – еще одно опубликованное в независимых источниках издание, посвященное тому, чтобы сделать основы бизнеса более доступными для технических специалистов и других независимых вкладчиков. Наконец, издательство Manning обратилось ко мне, чтобы создать новую книгу про «гибкие навыки» (soft skills) для помощи техническим специалистам в нетехнических аспектах их карьеры. Сроки оказались идеальными, поэтому книга, пройдя через несколько итераций и множество исправлений, все-таки вышла в свет.

Считается, что гибкие навыки сильно преуменьшают важность таких вещей, как общение, понимание того, почему компании совершают те или иные действия, а также таких аспектов, как работа в команде, развитие лидерских навыков и т. д. Возможно, это и не «сложные» технические навыки, однако оказывается, что множество компаний больше беспокоятся о том, чтобы их сотрудники в совершенстве овладели гибкими навыками, чем о знании последней версии C#, Windows Server или Tableau. Технические навыки могут быть развиты с помощью обучения и практики, и во многих направлениях приносятся сертификаты. Но гибкие навыки труднее охватить коллективным разумом организации, труднее измерить и развить. Тем не менее способность работать с другими людьми – наиболее важный навык для достижения успехов.

Предназначение этой книги не в том, чтобы стать последним вариантом обучения «гибким навыкам». Она может стать первым или одним из первых: источником формирования навыков, которые вам понадобятся, чтобы сосредоточиться, развиваться и совершенствоваться на протяжении всей вашей карьеры. Эта книга основана на моем опыте и опыте моих близких друзей и коллег, поскольку это лучший способ, который я только смог придумать, чтобы сделать книгу реальной и актуальной.

Независимо от того, новичок вы в сфере технологий или же ветеран с многолетним стажем, я думаю, вы обнаружите, что издание предлагает ценные перспективы, новые идеи для размышлений и темы для включения в ваш репертуар управления развитием карьеры. В этой книге я пытаюсь подчеркнуть важность того, что ваша карьера – это ваша карьера, и вы сами определяете, что такое «успех» именно для вас. Вы решаете, как его добиться, и вы извлекаете из этого выгоду. Я попытался преподнести знания таким образом, чтобы вы оказались за рулем управления своей карьерой, предлагая советы и оставляя замечания, но не директивы.

Надеюсь, вам понравится, и также надеюсь, что вы добьетесь больших успехов на своем пути!

Благодарности

Я хочу поблагодарить моих друзей и семью – особенно Криса и Донавана – за то, что они терпели скрежетание зубами и бешеный стук по клавиатуре, пока я проходил основные этапы написания и редактирования книги.

Также я хочу поблагодарить первых рецензентов этой книги и ее набросков. Многие из них делились бесценными предложениями и идеями, которые можно увидеть в окончательном результате: Адриан Бейертц, Билл Бейли, Бобби Лин, Кэмерон Пресли, Кристофер Вильянуэва, Дейв Корун, Ирфан Улла, Эд Ло, Фернандо Корралес, Джо Иванс, Ли М. Котрелл, Марк Антоний Тейлор, Маркус Брааш, Нил Кролл, Джордж Онофрей, Сержио Говони, Василий Борис и Уоррен Майерс.

И, наконец, я хочу поблагодарить всех тех, кто прочитал мои предыдущие работы? в том числе *Be the Master* и *Let's Talk Business*, и тех, кто оставил так много отзывов, слов поддержки и конструктивной критики.

О книге

«Soft skills для IT-специалистов» предназначена для тех, кто только ищет работу в сфере технологий или же уже нашел ее: разработчиков, инженеров анализа данных, разработчиков архитектуры сетей, операторов систем, служб безопасности и т. д. Те, кто еще только начинает свой путь, возможно, получают самое очевидное преимущество. Но даже если вы занимаетесь развитием своей карьеры уже пару десятилетий, я думаю, вы найдете множество ценной информации, которая поможет вам более эффективно организовать остальную часть вашей работы.

В оглавлении вы увидите разделение на ряд дополнительных тем. Каждая глава охватывает один «гибкий навык» или аналогичную тему. Вы можете читать их в любом порядке, хотя я настоятельно рекомендую сначала ознакомиться с первыми тремя, поскольку они закладывают основу для некоторых важных определений и общих концепций.

Вы можете связаться со мной в Twitter по адресу: @Concentrateddon или через мой веб-сайт DonJones.com, а также через официальные форумы Manning.

Дискуссионный форум liveBook

Покупка книги «Soft skills для IT-специалистов» дает бесплатный доступ к частному веб-форуму, предоставленному издательством Manning, где вы можете оставлять комментарии о книге, задавать вопросы технического характера и получать помощь от автора и других пользователей. Чтобы получить доступ к форуму, перейдите по ссылке <https://livebook.manning.com/#!/book/own-your-tech-career/discussion>. Вы также можете узнать больше о форумах издательства Manning и правилах поведения по адресу: <https://livebook.manning.com/#!/discussion>.

Издательство Manning предоставляет читателям место, где может состояться содержательный диалог как друг с другом, так и с автором. Однако это не обязывает автора принимать участие, ведь он вносит вклад в форум на добровольной основе. Мы предлагаем вам попробовать задать автору несколько сложных вопросов, чтобы он не потерял к этому интерес! Форум и архивы с предыдущими обсуждениями будут доступны на веб-сайте издательства до тех пор, пока книга находится в печати.

Об авторе

ДОН ДЖОНС работает профессиональным технологом с середины 1990-х годов. Он написал десятки книг технической направленности, работал в больших и малых компаниях – от начинающей до действующего предприятия. С середины 2000-х годов он проводит практикумы по вопросам развития карьеры, чтобы помочь специалистам в сфере технологий лучше выстраивать свою карьеру и управлять ей так, чтобы достигать желаемого уровня жизни, своих целей и мечтаний.

Об иллюстрации на обложке

Под фигурой на обложке «Soft skills для IT-специалистов» расположена надпись «Homme Baschkir», или Башкир. Иллюстрация взята из коллекции парадных костюмов разных стран Жака Грассе де Сен-Совера (1757–1810) под названием «Костюмы народов мира» (*Costumes civils actuels de tous les peuples connus*), опубликованной во Франции в 1788 году. Каждая иллюстрация тонко прорисована и раскрашена вручную. Огромное разнообразие коллекции Грассе де Сен-Совера наглядно напоминает нам о том, насколько культурно обособленными были города и регионы по всему миру всего 200 лет назад. Изолированные друг от друга люди говорили на разных диалектах и языках. На улицах или в сельской местности было легко определить, где живет тот или иной человек и каково его ремесло или социальный статус – и все это лишь по его одежде.

С тех пор стиль изменился, исчезли явно заметные ранее различия регионов друг от друга. Сейчас трудно различить жителей разных континентов, не говоря уже о разных городах, регионах или странах. Возможно, мы променяли культурное разнообразие на более разнообразную личную жизнь и быстро развивающуюся жизнь технологическую.

Во времена, когда отличить одну книгу о компьютерах от другой достаточно сложно, Manning празднует изобретательность и инициативность компьютерного бизнеса, где используются обложки книг, основанные на огромном разнообразии региональной жизни двухвековой давности, оживленной картинами Грассе де Сен-Совера.

Введение

Чтобы выстроить успешную карьеру – вне зависимости от того, что вы понимаете под словом «успех» – каждый специалист в области технологий нуждается в двух и взаимодополняющих наборах навыков.

Первый набор – это трудолюбие и навыки в области технологий; то, что позволяет вам выполнять работу изо дня в день. Это ваши способности в программировании, системном администрировании, необходимые для проектирования сети, навыки в области безопасности и т. д. Это то, на чем вы, вероятно, сосредоточились еще в школе. Именно им следует уделять больше внимания, когда дело доходит до поиска работы и подачи заявления на трудоустройство.

Второй набор – это то, что называют гибкими навыками. Они не требуют технического мастерства и фокусируются на способностях определенного человека. Например, общение, командная работа, способность разрешать конфликты, лидерство и т. п.

За 20 с лишним лет работы в мире технологий я обнаружил, что разница между лучшими техническими специалистами и просто хорошими заключается именно в гибких навыках. Лучшие технологи – это отличные эксперты в области технологий, но при этом невероятно эффективные в общении со своими сверстниками, коллегами, клиентами и сотрудниками. Они привносят нечто человеческое в эти технологии, и именно это движет их успехом.

Просмотрите объявления о вакансиях на вашем любимом веб-сайте, и вы найдете стандартные немногочисленные требования в области технологий: JavaScript, HTML, Linux, испытание на проникновение, Tableau, Cisco и т. д. Но копните глубже, и вы обнаружите, что компании, похоже, все-таки заботятся о таких человеческих навыках, как командная работа и коммуникация. Эти навыки зачастую сложнее оценить у кандидата, однако они – ключ к тому, чтобы установить в команде здоровые отношения и сделать ее работу более эффективной.

В этой книге я представляю более десятка гибких навыков. Я был профессионалом в области технологий почти всю свою сознательную жизнь, и поэтому описываю эти навыки с точки зрения профессионала. Некоторые из вас уже овладели парочкой из них, и структура книги (по одному навыку на главу) позволит вам при желании с легкостью пропускать ненужное. (Хотя, весьма вероятно, что я смогу предложить новый взгляд на навыки, которые уже вошли в ваш репертуар.)

Я также представлю несколько сложных навыков, не связанных с технологиями, которыми, по моему мнению, должен овладеть каждый человек во благо своей карьеры. Они называются сложными, поскольку поддаются количественной оценке и повторяемы, но не связаны с технологиями. Это, например, способность читать отчет о прибылях и убытках, чтобы оценить финансовое состояние своей компании, или способность читать между строк в объявлении о приеме на работу. Есть навыки, которые за эти годы сотни раз помогали моей карьере.

Я старался, насколько это возможно, сделать информацию, преподнесенную в этой книге, актуальной для широкой аудитории. Я живу в Соединенных Штатах, и поэтому некоторые примеры ориентированы именно на США. Всякий раз, когда я к ним обращаюсь, я стараюсь учитывать ограниченную перспективу и предлагать все возможные варианты, чтобы помочь вам самостоятельно изучить проблему более локального характера. Основополагающие принципы универсальны, поэтому, надеюсь, те детали, которые не применимы в вашей стране, не мешают вам понять основную идею.

Хочу также признать, что взгляды, изложенные в этой книге – лишь моя субъективная точка зрения. На протяжении многих лет я очень старался формировать и развивать свое мировоззрение, опираясь на множество людей, с которыми работал, но, в конце концов, могу предложить вам лишь то, что почерпнул благодаря своему собственному опыту. Я ни в коем случае

не хочу преподносить свои взгляды как объективно правильные, не говоря уж о единственных в мире. Именно поэтому я надеюсь, что вы сможете верно усвоить написанное и внедрить это в свою жизнь в те моменты, когда прочитанное окажется действительно полезным инструментом. И, пожалуйста, не позволяйте этой книге стать вашим единственным способом исследования столь важных навыков. Мы называем их гибкими, но лишь потому, что их зачастую нелегко измерить и оценить. Они важны во всех отношениях.

Я надеюсь, что вы не постесняетесь обращаться ко мне и сообщать о том, что думаете об этой книге. Вы всегда сможете подключиться к форумам по ссылке Manning.com, где следует подмечать любые ошибки (опечатки и т. п.), поскольку команда Manning помогает учесть их, чтобы не совершать подобного в будущих изданиях. Вы также можете связаться со мной через страницу НМУ на моем веб-сайте, DonJones.com, или даже написать мне в Твиттере @Concentrateddon (но, пожалуйста, сообщайте об опечатках на Manning.com, чтобы они приняли меры).

Спасибо за прочтение.

ДОН ДЖОНС

Лас-Вегас, штат Невада

1

Ваша карьера

Многие из нас думают, что успех – это большая зарплата и важная должность. Однако на самом деле успех – это ряд критериев, которые каждый определяет для себя сам. Эти критерии отражают действия, которые помогут выстроить карьеру, способную обеспечить жизнь, к которой вы стремитесь. Карьерный план – это план, который помогает добиться успеха в своей жизни посредством подходящей работы.

1.1 Работа, карьера, успех и вы

Давайте начнем с определения некоторых терминов, чтобы быть на одной волне. Я определяю слово «работа» как набор задач, формирующих ту деятельность, за которую вы получаете деньги. Например, разработка программного обеспечения, анализ данных, системное администрирование, сетевая инженерия, обеспечение безопасности и т. д. Работа – это соглашение, при котором работодатель компенсирует деятельность работника в денежном эквиваленте. Если вы не выполняете работу, ее выполнит кто-то другой. Другими словами, работодатель владеет работой. Это значит, что он полностью берет на себя ответственность за предоставление инструментов, технических заданий и стандартов выполнения задач для работника.

С другой стороны, ваша карьера – это то, что принадлежит исключительно вам. Она включает в себя навыки, необходимые для получения, сохранения и выполнения того типа работы, который вы выбрали. По ходу формирования вашей карьеры варианты рабочих задач могут меняться. За свою карьеру вы также несете ответственность: вы сами решаете, по какому направлению идти, и оплачиваете обучение всем недоступным для вас навыкам, если решите изменить тип работы.

Итак, работодатель владеет работой, а вы владеете своей карьерой. Давайте представим, что вы – разработчик программного обеспечения, работающий над своим собственным приложением, написанным на языке C++. Вы занимаетесь этим продолжительное время и уже хотите перемен. Вы переживаете, что отличное знание языка C++ не сильно востребовано в мире, и боитесь (не зря), что в итоге погрязнете в рутине малопопулярного языка программирования.

Вы поняли, что вам интересна веб-разработка, и хотели бы обучиться программированию JavaScript. Вы также хотите принять участие в конференции по веб-разработке, чтобы узнать обо всех различных технологиях веб-приложений. Однако ваш работодатель отказывается оплатить обучение и участие в конференции. Стоит ли вам расстраиваться по этому поводу?

Я бы сказал, нет, расстраиваться не нужно. И обучение, и конференция никак не связаны с вашей текущей работой, за которую вам платят, а это значит, что благодаря им вы не станете лучше работать на языке C++. На самом деле обучение – это то, что необходимо для вашей личной карьеры. Оно позволит расширить набор навыков, интересов и возможных должностей именно для вас. Поэтому платить за него следует именно вам, а не вашему работодателю. Как вы узнаете из главы 5, расширение количества жестких навыков (hard skills) – это важный аспект выстраивания карьеры. Поэтому не останавливайтесь, изучайте новое, даже если вам приходится платить из своего кармана.

Минус создания карьеры в сфере технологий состоит в том, что это достаточно дорого. Но в такой карьере есть и плюсы – она поможет достигнуть... всего, чего вы хотите! Итак, какой должна быть ваша карьера?

1.2 Начинаем с себя

Многие из нас, получив образование и первую настоящую работу, сразу пытаются выполнить ее идеально. Нам удастся произвести впечатление на работодателя, и в итоге мы получаем повышение. Или, возможно, набираемся опыта достаточно, чтобы сменить работу на ту, где больше платят, где выше должность или больше привилегий.

Не задумываясь, мы начинаем приравнивать успех к зарплате, должности, размеру команды, которую возглавляем, и другим критериям. Мы редко спрашиваем себя: «К чему все это?». Я хочу, чтобы именно сейчас вы остановились и задали себе этот вопрос.

Подумайте, какую жизнь вы хотели бы прожить? Как вы хотите проводить свое время и на работе, и в личной жизни? Какой вклад хотите привнести в мир? Чего хотите добиться в жизни? Какие желания и опыт вас манят?

Я хочу, чтобы вы не только остановились и задумались над этими вопросами, но еще и записали свои мысли. Записанные на бумагу мысли помогают воспринимать их серьезно, а также запоминать свои выводы.

Ответы на эти вопросы определяют ту жизнь, которую вы хотите прожить, а потому я называю подобные записи «определением жизни». В отличие от других определений, оно может меняться при переходе из одного жизненного этапа в другой, при появлении новых целей и ценностей. Мое текущее определение жизни отличается от того, каким оно было раньше. С возрастом, с появлением семьи и новых интересов, оно менялось. И это нормально, именно это значит быть живым! Однако я внимательно отношусь к записям о том, чего хочу в своей жизни. Я пересматриваю их ежегодно и использую как точку на карте, которую нужно ввести в навигатор, потому что мое определение жизни – это моя цель. Как только я попадаю в «место назначения», я остаюсь в нем, пока не произойдет то, что заставит меня снова обдумать, чего же я хочу от жизни.

Скажу еще кое-что перед тем, как вы начнете выполнять задание. Я хочу, чтобы вы описали свое определение жизни так, будто смотрите на себя со стороны. Представьте, что пишете подробный некролог о себе. Определение должно выглядеть так, словно вы уже добились всего, чего хотели, и сейчас оглядываетесь на свою жизнь. Такой способ поможет вам определить самые важные мечты, желания и цели. Для примера я приведу свое определение жизни на данный момент.

Дон был опытным преподавателем технологий, общество уважало его за помощь людям осваивать новые технологии. Он также был опытным бизнесменом, и компании, в которых он работал, полагались на него в реализации своих планов. Они также доверяли ему обучение новых управляющих из членов своих команд.

В основном Дон работал на компании, где мог внести значимый и видимый позитивный вклад, даже если этот вклад был замечен только внутри самой компании. Он был членом и лидером технологических сообществ. Он помогал строить и возвращать сообщества, которые привлекали множество новых участников, а перед уходом учил их эффективно поддерживать эти сообщества.

Дон стал уважаемым автором книг в жанре фэнтези и научной фантастики. Несмотря на то что он так и не достиг уровня Стивена Кинга, его произведения хорошо оцениваются и нравятся широкой аудитории читателей.

Он верил, что технологические навыки – это ключ к улучшению жизни людей, и приложил много сил, чтобы упростить их изучение. Он основал

некоммерческую организацию, которая обучала техническим навыкам людей, находящихся в трудном жизненном положении.

Семья Дона жила в достатке, если не сказать в роскоши. Они смогли купить второй небольшой дом в тихом местечке для отдыха душой и телом. Они много путешествовали, посещали новые страны и изучали новые культуры. Дон позаботился о том, чтобы при несчастном случае его семья была хорошо обеспечена.

Когда моя жизнь закончится, я хочу, чтобы некролог обо мне выглядел именно так. Вот что вы можете указать в своем определении жизни:

В моем определении присутствуют деньги, так как я затронул те вещи, которые точно их потребуют. Однако я описываю то, чего я хочу, и не думаю о том, сколько это стоит.

Я описал варианты работ, которые хотел бы попробовать. Работа, в конце концов, это большая часть жизни: большинство из нас тратят на нее треть своей жизни. Для меня важно иметь такую работу, которая удовлетворит мои интересы и принесет необходимое количество дохода.

Я перечислил и те вещи, которых на данный момент не достиг, хотя мне уже 50 лет. Возможно, я так и не достигну всех своих целей, но я все равно иду к ним навстречу, стремлюсь к их достижению.

Также я добавил аспекты личной жизни, которые требуют времени, что, в свою очередь, имеет определенное влияние на мою рабочую жизнь. Мне нужна такая работа, которая позволит выделять время на писательство, и поэтому я не буду выбирать должность в новых компаниях с 20-часовым рабочим днем.

Мое определение жизни – это точка на карте. Все, что я делаю, должно привести меня к этой точке. Мое определение жизни – вот «к чему это все». Это причина, по которой я встаю по утрам, по которой работаю, по которой живу.

Запишите это... на бумаге

Человеческое познание – то, как мы думаем и учимся, – во многом зависит от наших чувств и ощущений. Чем больше чувств вовлечено в процесс, тем сильнее он запомнится. Вот почему самыми яркими воспоминаниями считаются воспоминания из детства. Запахи, звуки, образы, даже вкус чурро: все это воссоздает тот незабываемый день в Диснейленде.

Печать текста на компьютере не увлекает все чувства. Наше осязание и даже зрение едва улавливают то, что мы делаем: слова просто текут на экран, как будто они уже там были. Однако для записи определения жизни необходимо, чтобы мозг был полностью и глубоко вовлечен в этот процесс. Необходимо вдумчиво подбирать слова и сохранять их в памяти. Именно в таком случае написанное запомнится и поддержит в минуты, когда хочется все бросить.

Вот почему я всегда пишу от руки свои определения жизни, вооружаясь острым карандашом и хорошей записной книжкой. Даже сейчас, перепечатывая рукопись этой книги на компьютере, я чувствую запах кожаной обложки блокнота, слышу скрип карандаша по странице и ощущаю, как моя рука путешествует по ней. Эти воспоминания мгновенно вызывают в памяти ключевые элементы определения моей жизни. Мне даже не нужно идти за записной книжкой, чтобы привести пример, потому что записи навсегда врезались в сознание. Они прямо в моей голове, как и должно быть.

После того как определение жизни (точка на карте) готово, необходимо выяснить, что потребуется, чтобы добраться в пункт назначения.

1.3 Что для вас успех?

Для меня успех – это что угодно, что помогает добиться жизни, которую я хочу. Успех – это буквально список действий, которые необходимо совершить, чтобы прийти к той жизни, которую я себе представил и описал. Если для меня определение жизни – это точка на карте, то успех – это части машины, которую нужно собрать, чтобы добраться туда.

Следовательно, успех – это не то, к чему я стремлюсь бесконечно, а определенный набор измеримых целей, над достижением которых я могу медленно работать. Я пойму, когда цель выполнена, и тогда мне будет необходимо сохранить успех, а не пытаться продолжать его развивать. Так я не буду чувствовать себя как белка в колесе, которая бесконечно пытается добраться до орешков. Вместо этого я иду к конкретным реальным целям, которые помогут мне жить той жизнью, которую я хочу.

Когда я описываю свое определение жизни, я также описываю определение успеха. Для этого я начинаю с определения жизни, затем добавляю список точек, которые необходимо преодолеть, чтобы добиться большой цели. Я стараюсь описывать более мелкие цели максимально конкретно и измеримо, чтобы любой, кто прочитал бы мой план, смог понять, достиг я их или нет. Конечно, это не всегда возможно: некоторые вещи, касающиеся качества жизни, субъективны. И это нормально; просто постарайтесь относиться как можно объективнее к своим целям. Например, мое представление хорошего отпуска – это не совсем то, что можно оценить количественно; оно может даже меняться из года в год. В таком случае я обдумываю, что для меня лично значит «хороший отпуск», и это нормально. Вот несколько примеров моего определения успеха, в которых используется часть целей из определения жизни:

Он также был опытным бизнесменом, и компании, в которых он работал, полагались на него в реализации своих планов. Они доверяли ему обучение новых управляющих из членов своих команд.

- * По крайней мере, это должности главного директора или вице-президента.

- * Команды, куда входят люди с непосредственными подчиненными.

- * Компании, которые продвигают своих сотрудников.

Дон стал уважаемым автором книг в жанре фэнтези и научной фантастики. Несмотря на то что он так и не достиг уровня Стивена Кинга, его произведения хорошо оцениваются и нравятся широкой аудитории читателей.

- * Баланс между работой и личной жизнью – никакой работы на выходных и бессонных ночей.

- * Не умею хорошо писать диалоги; надо опубликовать короткий роман, в котором персонажи не разговаривают друг с другом.

- * Хочу самостоятельно публиковаться; необходимо понимать маркетинговые аспекты и составить соответствующий бюджет.

Он верил, что технологические навыки – это ключ к улучшению жизни людей, и вложил много сил, чтобы упростить их изучение. Он основал некоммерческую организацию, которая обучала техническим навыкам людей, находящихся в трудном жизненном положении.

- * Нужно понять, как основать некоммерческую организацию в Соединенных Штатах.

* Нужно придумать способ, как техническое сообщество могло бы извлекать выгоду из некоммерческой деятельности в обмен на деньги, чтобы иметь определенный бюджет и осуществлять благотворительность:

- ° запускать конференции о технологиях;
- ° распределять прибыль от конференций на развитие и поддержание организации;
- ° сотрудничать с существующими некоммерческими организациями технического образования, чтобы охватить клиентскую базу.

Семья Дона жила в достатке, если не сказать в роскоши. Они смогли купить второй небольшой дом в тихом местечке для отдыха душой и телом. Они много путешествовали, посещали новые страны и изучали новые культуры. Дон позаботился о том, чтобы при несчастном случае его семья была хорошо обеспечена.

- * Доход \$150,000 в год до вычета налогов, а также:
 - ° приемлемая ипотека на домик недалеко от Национального леса Дикси (три часа езды);
 - ° долгосрочное страхование по инвалидности;
 - ° срочное страхование жизни;
 - ° пенсионные взносы в соответствии с предложениями финансового консультанта;
 - ° годовой бюджет на отпуск.

Пример неполный, но я хотел выделить некоторые как субъективные, так и объективные и легко измеряемые разделы (например, расчет заработной платы, который, разумеется, взят из головы). Некоторые пункты сейчас меня сильно вдохновляют, ведь я записал их, когда еще не достиг желаемого.

Важно понять, что я не изменяю определение успеха, пока не изменил определение жизни или пока жизнь вокруг меня не изменилась сама. К примеру, я не указываю необъективный уровень дохода без причины. Вместо этого, если я считаю, что мне нужно зарабатывать больше денег, я думаю, почему мне это нужно. Цены на жизнь поднялись? Мы решили усыновить ребенка? Мы посетили более дорогие места, чем я ожидал? Какой бы ни была причина, мне необходимо решить, что должно измениться в определении жизни, чтобы оправдать необходимость большей зарплаты. Неужели мы ели вне дома чаще, чем следовало, и в результате тратили больше денег на еду? Возможно, стоит прекратить это делать. Или, если мы очень любим есть вне дома и не хотим от этого отказываться, следует соответствующим образом изменить определение жизни.

Суть в том, что успех должен поддерживать жизнь. Я ничего не стану добавлять в определение своего успеха, пока не пойму, зачем мне это нужно. Благодаря этому я точно знаю, что не буду бездумно стремиться к большим заработкам или бессмысленным должностям только ради заработков и должностей. Что бы я ни делал со своей карьерой, я делаю это потому, что от нее зависит моя жизнь. Теперь, разобравшись с показателями успеха, можно приступить к разработке карьерного плана.

1.4 Создаем текущий карьерный план

Если ваше определение жизни – это пункт назначения, а цели успеха – части машины, которая вас туда доставит, ваш карьерный план – это маршрут. Следуйте по нему, и вы доберетесь туда, куда хотите.

Однако хороший карьерный план не подразумевает, что вам нужно знать весь маршрут с самого начала. Вместо этого вы можете наметить несколько следующих пунктов на пути. Пока вы не перестаете идти к своей конечной цели – к определению жизни – вы рано или поздно доберетесь до нее.

Чтобы создать карьерный план, я изучаю свои пункты успеха, которые в свою очередь отвечают целям определения жизни. Некоторые из них на данный момент могут казаться недостижимыми. Стать вице-президентом компании в 25 лет? Ха! Вместо размышлений о трудностях я сосредотачиваюсь на тех пунктах, которые могу достигнуть сейчас – или, по крайней мере, понимаю, как это сделать. Оглядываясь на два десятилетия назад, в своих записных книжках я вижу следующее:

Он также был опытным бизнесменом, и компании, в которых он работал, полагались на него в реализации своих планов. Они доверяли ему обучение новых управляющих из членов своих команд.

* По крайней мере, это должности главного директора или вице-президента.

* Команды, куда входят люди с непосредственными подчиненными.

* Компании, которые продвигают своих сотрудников.

Хорошо, в 30 лет у меня было определенно мало опыта для того, чтобы стать главным директором или вице-президентом. Но к тому времени я уже возглавил небольшую команду и начал понимать, что такое управление бизнесом. Поэтому я решил получить должность директора в такой компании, которая была бы заинтересована инвестировать в меня и превратить меня в лучшего бизнес-лидера. Я сосредоточился на трудоустройстве и смог найти работу в своей нынешней компании. Зарплата была не такой большой, как я хотел бы, но я был больше сосредоточен на получении опыта, необходимого для достижения целей.

И вот что такое карьерный план – это способ двигаться к целям медленно, но верно, отмечая все свои пункты успеха. Сосредоточьтесь на тех пунктах, которых вы можете достичь сейчас, и выясните, что требуется для достижения невозможных. Например, я провел довольно много времени в поисках вакансий, изучая, что требуется кандидатам на должность вице-президента. Я узнал, что мне понадобятся следующие полномочия:

опыт десяти и более лет управления командами;

опыт более пяти лет на должности с финансовой подотчетностью или подотчетностью результатов работы;

способность управлять командами с более чем четырьмя иерархическими уровнями работников;

опыт управления в представительском люксе.

Такого опыта у меня не было, но я увидел путь к нему: начать с небольшой команды, попросить руководителя разделить со мной ответственность и получить разрешение время от времени проводить презентации для руководителей компании. Опять же, достижение всех этих целей требовало работы на того, кто готов вложить в меня эти инвестиции, и я искал работу именно в этом направлении.

Просмотр объявлений о вакансиях – прекрасный способ составить карьерный план. На каком-то этапе своей жизни я понял, что следующим шагом должно быть повышение зарплаты – не очень большое, но возможности моей текущей работы в значительной степени исчерпали себя. Я пришел к пониманию того, что сфера, где я работал, вряд ли принесет больше денег, поэтому нужно ее сменить, перейдя от системного администрирования к разработке ПО. Боже, это было так страшно! Мне нужно было самому оплачивать необходимое образование, потому что у моего тогдашнего работодателя не было причин платить за него. Но я сделал это. В конце концов я получил работу ведущего веб-разработчика и возглавил небольшую команду, что помогло мне достичь целей в области лидерства.

Очевидно, что этот процесс занял некоторое время. Жизнь может быть долгим путешествием. Но в 46 лет я наконец-то получил должность вице-президента. Карьерные планы точно работают.

1.5 Упражнения

В конце каждой главы я предлагаю вам выполнить задание. Советую их не игнорировать, потому что они помогут вам начать осваивать гибкие навыки.

Для начала я попрошу вас взять хорошую записную книжку и карандаш (или ручку, как вам больше нравится) и записать свои определения жизни и успеха, а также сделать наметки карьерного плана. Проработайте это упражнение со своей семьей и друзьями, ведь они тоже заинтересованы в вашей жизни и должны оставаться частью ее определения.

Для начала опишите определение своей жизни так, как вы его видите. Учитывая, кто вы и где находитесь прямо сейчас, чем бы вы хотели заниматься? Если вам трудно думать об этом как о чем-то уже свершившемся и конечном, то вместо этого сосредоточьтесь на том, что вы на данный момент находите ценным в своей жизни и чего хотите в обозримом будущем. Если у вас есть четкие цели, запишите их.

Теперь перейдите к пунктам вашего успеха. Какой должна быть карьера, чтобы вы достигли жизненных целей? Серьезно отнеситесь к количественной составляющей успеха: поймите, сколько денег вам нужно заработать, чтобы получить то, чего вы хотите. Если это число кажется недостижимым, вернитесь к определению жизни и решите, без чего вы можете прожить, но постарайтесь сбалансировать уравнение жизнь/деньги. Другими словами, что бы вы ни говорили о том, чего хотите от жизни, убедитесь, что вы правильно оценили, сколько денег на это потребуется.

Наконец, начните думать о следующем шаге вашего карьерного плана. Какие одну, две или несколько вещей вы могли бы изменить в своей карьере, чтобы достичь одного или двух из пунктов успеха, например, более высокооплачиваемой работы? Проведите небольшое исследование, выясните, как сделать следующий шаг, а затем начните его выполнять.

2

Создайте свой личный бренд

Что первое приходит вам на ум, когда вы вспоминаете о знакомых и любимых брендах? Возможно, это Coca-Cola, Disney или любой другой бренд. В любом случае у нас есть определенные критерии и ожидания от этого слова. Вам нравится конкретный бренд именно потому, что существуют подобные критерии, и он их придерживается, а ваши ожидания оправдываются. Теперь подумайте, чего ожидают от вас другие люди (или чего вы хотите, чтобы ожидали) – и оправдываете ли вы эти ожидания на постоянной основе? Позитивные ли это ожидания, которые помогают открыть возможности для карьерного роста? Другими словами, в чем заключается ваш личный бренд?

Личный бренд рассказывает потенциальному работодателю о вас и о том, что от вас можно ожидать. Он строится вокруг вас: от личного общения или слухов о вас до социальных сетей, проектов с открытым исходным кодом и веб-сайтов с вопросами и ответами, в которых вы участвуете, – в основном с использованием всей информации онлайн и офлайн. Личный бренд помогает работодателю понять, что вы сможете привнести в рабочее пространство, а потому необходимо убедиться, что он отображает ваши истинные намерения.

2.1 Личный бренд: целевая аудитория

Нравится вам это или нет, и принимаете ли вы в этом активное участие, у вас есть личный бренд. Даже то, как вы оделись на собеседование, – это часть бренда.

В крупных компаниях отделы маркетинга тратят значительное количество времени на определение своей аудитории, что позволяет им адаптировать и эффективно применять свои усилия по привлечению клиентов. Однако аудитории у компаний могут отличаться. Например, компания Gatorade, скорее всего, имеет другую целевую аудиторию, чем, скажем, Bacardi. Понимание того, к кому бренд обращается, – это понимание того, кто эти люди и что их волнует. Все это – ключ к созданию бренда, который нацелен именно на свою аудиторию.

В таких сферах, как напитки, создание бренда обычно начинается с определения и изучения аудитории. Все продукты существуют для удовлетворения потребностей их целевой аудитории. Кому мы хотим продать товар? Разработка продукта и его бренда зависит от аудитории; продукт должен соответствовать созданному бренду. К примеру, исследования гласят, что спортсменов по какой-то причине привлекают напитки ярких цветов, поэтому для такой целевой аудитории следует экспериментировать с оттенками. Детям нравится сладкий вкус; пожилые люди лучше реагируют на вкусы, вызывающие ностальгию, и т. д. Движущая сила аудитории помогает создавать бренд и продукт, который представляет этот бренд.

В этом и заключается суть бренда – набор определенных ожиданий его целевой аудитории. Людям нравятся конкретные бренды, и они могут стать более лояльными к ним именно потому, что их ожидания оправдываются.

Вам тоже необходим свой бренд. Он будет личным, но, как и бренд любой компании, он расскажет людям – работодателю, коллегам и другим – что от вас можно ожидать. Ваш бренд будет рассказывать о вас еще до личного знакомства – с помощью взаимодействия в социальных сетях, в проектах с открытым исходным кодом и на других онлайн-площадках.

Личный бренд не подразумевает, что нужно обязательно изменить себя, а знание своей аудитории никак не связано с созданием продукта. Вы сами и есть продукт. Однако все равно необходимо понимать, что для вашей аудитории важно. Давайте рассмотрим несколько гипотетических примеров, чтобы понять, что я подразумеваю под пониманием аудитории.

ПРИМЕРЫ В КОНТЕКСТЕ

Примеры ниже построены на стереотипах о некоторых отраслях.

Я ни в коем случае не утверждаю, что компании этих отраслей ведут себя так же. Я упростил примеры, чтобы продемонстрировать концепцию понимания вашей аудитории.

Представьте себе традиционный банк с 200-летней историей. Это огромная национальная или международная корпорация, из тех, чьи руководители носят костюмы-тройки, а офисные здания – самые высокие. Допустим, компания ищет специалистов в области технологий. Какой кандидат скорее удовлетворит ее ценности? Возможно, это должен быть аккуратный, внешне опрятный человек? Или довольно консервативный, на которого можно положиться и который не идет на ненужный риск? Кто-то пунктуальный и понимающий необходимость того, чтобы информация была безопасной и надежной? Тот, кто чувствует себя комфортно на собраниях, потому что в крупных банках есть множество подразделений, которые необходимо координировать? Может быть, кто-то, кому удобно использовать старые, проверенные технологии?

Теперь давайте представим совершенно новую компанию с минимумом технологий и небольшим штатом. Какой сотрудник будет отвечать ее ценностям? Скорее всего, тот, кто работает много часов каждый день недели; кто может мыслить нестандартно; кто хорошо известен в своей отрасли и считается новатором и лидером.

Как видно из примера, важно учитывать, какая у вас аудитория и что для нее ценно. Не нужно выбирать только одну аудиторию и даже одну отрасль. Ваш бренд может понравиться самой разной аудитории, если вы все сделаете правильно. Но важно понимать, что ценно для компаний и людей, к которым вы хотите обратиться.

Как бы вы стали продвигать свой бренд, чтобы привлечь внимание как крупного, авторитетного банка, так и небольшой, гибкой стартап-компании? Какую ценность вы смогли бы дать этим компаниям и как эту ценность передать через свой бренд?

Убедитесь, что видимая часть вашего бренда в значительной степени ориентирована на технологии. Стоит отвести на задний план некоторые личные аспекты – например, где вы любите отдыхать и каких политиков поддерживаете. Отсутствие этих аспектов, скорее всего, останется незамеченным компаниями, тогда как их присутствие может вызвать неприязнь.

Стоит оставить свой вклад во множестве сообществ – например, статьи в блогах, проект с открытым исходным кодом и другие заметные вклады, которые бы демонстрировали вашу деятельность. В то же время необходимо сосредоточиться на аспекте безопасности работы. Например, я бы не стал размещать код в открытых репозиториях и раскрывать ключи API. Следование лучшим советам в области безопасности понравилось бы любой компании.

Важно позаботиться и о своем «внешнем» виде – аватарки в социальных сетях и т. п. должны отражать вас как делового и подходящего работника. Розовые волосы могут понравиться в стартапе, а в банке, возможно, этого не оценят. Однако и в стартапе, и в банке вряд ли кто-либо будет возражать против естественного цвета волос.

В этих идеях заключается мой подход к формированию личного бренда. К примеру, я хочу быть привлекательным как бренд для нескольких разных аудиторий. Это означает, что мне придется найти общий знаменатель и использовать его в качестве своего личного бренда. Но ведь существуют и вещи, которые я точно не буду делать, верно? Давайте рассмотрим их в таблице ниже.

Часть бренда	Точно делать	Точно не делать
Видимая часть бренда (социальные сети и т. п.)	Сосредоточиться на технологиях или на том, что применимо к вашей карьере, деятельности, которую работодатель ожидает от вас	Обсуждать спорные темы, например, политику. Это может свидетельствовать о том, что вы будете обсуждать их и на рабочем месте
Примеры работ, портфолио	Быть активными в сообществах через публикации в блогах, на сайтах и т. д.	Не соблюдать безопасность и конфиденциальность информации и показывать это в своем портфолио
Внешний вид (аватарки в социальных сетях и т. п.)	Убедиться, что ваш внешний вид говорит о вас как об аккуратном и деловом человеке	Создавать неподходящий образ для отраслей, в которых вы хотите работать

Возможно, ценности вашего бренда представляются вам совершенно по-другому. К примеру, вы хотите работать только с агрессивными, яркими стартапами, а это значит, что вы можете точнее адаптировать свой бренд к тому, что ценит подобная аудитория. Вы сами решаете, что подходит, а что не подходит вашему личному бренду. Пожалуйста, не воспринимайте мои примеры как единственно возможные; эти решения я принял для себя, вы же принимаете свои.

Суть в том, что личный бренд будет сообщать разным людям разную информацию о вас. Для одних Coca-Cola – это освежающий, бодрящий напиток, для других – ужасная сахарная бомба, которую нужно запретить. Очевидно, что компания Coca-Cola фокусируется на первой группе людей и особо не обращает внимания на вторую – как минимум в контексте презентации своего бренда. Поэтому вам необходимо решить, к кому будет обращаться ваш личный бренд, кому он придется по душе. В случае, если он не отвечает ценностям той компании, в которой вы хотите работать, вы можете его подкорректировать. Определив свою аудиторию, вы поймете, что для нее важно, и сможете позиционировать себя как профессионала, который удовлетворяет ее потребности.

БЫТЬ СОБОЙ – ЭТО НОРМАЛЬНО!

Я специально добавил комментарий про розовые волосы в пример выше. Прошу вас, не вычеркивайте из личного бренда то, что является частью вашей индивидуальности. Ваш бренд должен отображать то, что вы принесете в рабочее пространство, и ему необходимо быть аутентичным. Просто имейте в виду, что некоторым работодателям может не понравиться ваш бренд, и это нормально. Всем людям понравиться невозможно, верно? Однако если определенная прическа – это ваша подлинная часть, то любой, кого она отталкивает, вероятно, не готов к взаимодействию с вами, так что изменять себе необходимости нет. Я бы глупо смотрелся с розовыми волосами, но, возможно, вам этот цвет подходит. Вот почему мои решения для формирования личного бренда носят рекомендательный характер.

2.2 Личный бренд и социальные сети

Сейчас социальные сети – это крупнейшая часть личного бренда. Независимо от того, ищите вы работу или уже нашли, происходящее в открытых аккаунтах социальных сетей имеет большое значение. Ваша активность в них рассказывает вашим коллегам, текущему работодателю и потенциальным работодателям о том, кто вы есть на самом деле. Люди, как правило, максимально откровенны в социальных сетях, поэтому более или менее верят вам на слово. Для всего мира вы – это то, что вы размещаете в своих социальных сетях.

Я редко использую Facebook, в основном для общения и обмена новостями и фотографиями с дюжиной друзей со всей страны. Этих людей я знаю большую часть жизни, а потому могу быть с ними открытым, самим собой. Эти люди видели фотографии, где я пьяный в Мексике! Именно поэтому я максимально закрыл свой профиль на Facebook. Мои друзья даже не могут отметить меня в посте, если я не одобрю отметку. Я не добавил в друзья никого из тех, с кем работал, если только мы не проводили время вместе за пределами работы. Facebook не стал частью моего личного бренда; этот профиль скрыт от посторонних глаз.

Твиттер, с другой стороны, в значительной степени – часть моей профессиональной жизни, как и мой блог. Именно тут я общаюсь со своей профессиональной аудиторией. Контент отражает мою трудовую жизнь, участие в жизни сообщества и выполняемую работу. Меня абсолютно устраивает, что мой нынешний или потенциальный работодатель видят мою ленту в Твиттере (@concentratedDon) или читают мой блог (DonJones.com). В блоге я размещаю и политический контент, но даже он безопасен, потому что в основном объясняет, как работают различные аспекты политической системы США, а не содержит разглашательства о моих политических взглядах. Даже личные комментарии в Твиттере – это своего рода безобидный чат, который не вызовет неодобрения у коллег. Я очень стараюсь, чтобы и Твиттер, и блог отражали мой личный бренд – то, что можно ожидать от меня в рабочем пространстве.

Оставайтесь собой

Если вы тратите время на активное управление публичной частью своего бренда (а этим стоит заниматься), убедитесь, что он наглядно представляет вашу личность. В частности, что ваша аватарка в социальных сетях (маленькая картинка, которая появляется рядом с вашими публикациями) – это ваша фотография, а не снимок вашей кошки, семьи, абстрактный рисунок или эмблема любимого супергероя. Вы – это ваш бренд, а не что-то другое.

Используйте одну и ту же фотографию везде, где появляется ваш публичный бренд. Эта фотография будет связывать все воедино и поможет людям, знакомым с вашим брендом, увидеть, что каждая деталь – часть одного целого.

Допустим, вы собираетесь загрузить свою фотографию и думаете: «Я хочу поставить на аватарку снимок своего ребенка, чтобы показать, как сильно я его люблю и горжусь им». В таком случае, это часть вашей личной жизни, а не часть бренда, который вы представляете миру. Постарайтесь понять различие между этими двумя подходами. Загружайте такую фотографию только в своих закрытых личных аккаунтах в социальных сетях.

Используйте настоящее имя. Это покажет, что вы действуете от своего имени, а не пытаетесь спрятаться за псевдонимом или ником.

Я намеренно разделяю личное и профессиональное, однако это не означает, что онлайн я просто лапочка и хочу всем понравиться. Спросите любого, кто видел, как я выступал на конференции или вел занятия, и они скажут вам, что добродушный сарказм – неотъемлемая

часть моего бренда. Я использую его тактически, чтобы помочь закрепить важные моменты, и для моей аудитории (людей, с которыми я общаюсь в рамках своей работы) это работает. Признаю, что некоторым людям не нравится такой подход, и в конечном итоге к моему бренду они не имеют никакого отношения. И это прекрасно. Вы не можете быть лучшим для всех людей, поэтому я знаю, что как бы хорош ни был в чем-то, эта привлекательность не универсальна для всех. И все же я потратил время на то, чтобы изучить свою аудиторию, и принял то, что для них работает, добровольно сделав это частью своего бренда. Таким образом, «не моя» аудитория отсеивается, и меня это тоже устраивает. Что ваши социальные сети говорят о вашем бренде, о вас? Если ничего конкретного, то окружающие выделяют из минимума информации то, что сами захотят. Не управлять своим брендом – это значит не иметь его вообще; а как я уже сказал, у всех нас он есть. Если кажется, что ваш бренд ничего не говорит, люди могут сделать вывод, что вы не высказываетесь публично. Для некоторых это хорошо, а у других вызовет отторжение.

Мой бренд в социальных сетях в основном распространяется через LinkedIn, Twitter, блог, профессионально ориентированный канал YouTube и статьи, которые я написал для множества технических сайтов. По сути, это и есть мое публичное «присутствие», потому что все остальное, личное, в значительной степени изолировано от мира и доступно только небольшой группе друзей и семье.

Моя личная страница на Facebook закрыта, однако я активно пользуюсь другими социальными сетями для продвижения личного бренда. К примеру, я использую LinkedIn, потому что это де-факто социальная сеть профессионалов в области технологий. Я использую Твиттер, потому что у меня есть аудитория, которая взаимодействует там со мной. Я использую YouTube, потому что это возможность использовать видео, которое усиливает представление о моем бренде. Если потенциальный работодатель или мой нынешний сотрудник захотят познакомиться со мной поближе, они найдут на что посмотреть – в основном на бренд. Я бы не хотел, чтобы человек, пытаясь погуглить мое имя, не смог бы ничего найти: ведь это значило бы, что я не управляю своим брендом. Если бы я не был публично активен в социальных сетях, то в дело бы вступило воображение потенциального работодателя, а мне это не нужно.

Также я хочу отслеживать то, о чем говорю или чем делюсь в открытых социальных сетях. В Твиттере я делюсь новостями о разных Диснейлендах и слухами о компании Apple. Мне нравится читать об этом, и сам Твиттер рекомендует мне подобные новости. Еще я подписан на некоторых комиков, которые довольно язвительно комментируют политические события дня. Я не всегда согласен с их мнением и тем более не делаю ретвиты, но мне нравится их читать. Даже если мне кажется, что моей аудитории будет интересно это обсудить, я стараюсь не высказывать, согласен я или нет (тем не менее высказывания могут быть интересны вне зависимости от моего мнения). Также я не хочу отходить от своей концепции бренда, рискуя, что потенциальный клиент или работодатель могут увидеть во мне человека, который вносит разногласия в рабочее пространство. Поэтому нужно уточнить еще раз: что ваше публичное присутствие в социальных сетях говорит о вашем бренде? Говорит ли оно о том, что понравится вашей целевой аудитории, или нет?

ПРИМЕЧАНИЕ

Всегда важно понимать, что именно ваш бренд говорит о вас, особенно в социальных сетях. Необходимо продумать этот момент до поиска работы, потому что многие организации будут учитывать социальные сети и Интернет в целом при принятии решений.

2.3 Личный бренд и широкий охват

Не забывайте, что мир тесен. Однажды я работал с парнем по имени Марк. Он был хорошим человеком, и мы отлично ладили. Он был одним из немногих моих профессиональных знакомых, которые видели меня в мои худшие времена – к примеру, в тот раз, когда миграция сервера проходила не так гладко, как хотелось бы. Со временем я уволился из той компании; он же продолжал работать, но, в конце концов, тоже ушел.

Несколько лет спустя я устраивался на работу в новую компанию. Я прошел собеседование, и мой будущий руководитель начал со следующего: «Итак, как я понял, вы большой поклонник парков Диснея! Какой вам больше нравится?»

Имейте в виду, это произошло задолго до появления социальных сетей. Совершенно незнакомый человек никак не мог знать, что мне нравятся Диснейленды. Как выяснилось, Марк работал здесь уже несколько месяцев, рекомендовал меня на эту должность и немного рассказал обо мне.

К счастью, я никогда не делился с Марком слишком сильными негативными переживаниями, о которых можно было бы рассказать. Наше взаимодействие на работе было в основном позитивным, и мы видели друг в друге настоящих профессионалов. Но эта ситуация поразила меня. Что, если бы я в работе показал себя тем еще придурком? Тогда Марк мог бы зарубить на корню все мои шансы получить работу. Меня бы, наверное, и на собеседование не пригласили. Как видите, наши отношения – положительные или негативные – повлияли бы на то, получу ли я эту работу.

Сегодня мир еще теснее. Охваты вашего бренда намного больше, чем вы можете себе представить. Люди, которых вы никогда не встречали, определенно что-то уже слышали о вас или могли бы узнать еще больше без особых усилий. Во многих отношениях расширение охвата вашего бренда сейчас – это хорошее дело, так как оно может помочь вам получить новую желаемую работу. Однако это может сыграть и против вас.

Главная идея в том, чтобы проводить каждое мгновение каждого рабочего дня, притворяясь, будто это собеседование для вашего продвижения по службе, другой работы, контракта и т. п. Все, что вы делаете сегодня, окажет влияние на то, как вас будут воспринимать в будущем. Важно все время быть непревзойденным профессионалом, потому что ваш личный бренд будет положительным отражением вас как специалиста в области технологий.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОХВАТЫ

В главе «Сеть» я расскажу об идее расширения охвата вашего бренда за счет постоянного использования социальных сетей как части вашей карьеры. А в главе «Станьте частью сообщества» рассмотрю, как позитивный вклад в сообщество может придать вашему личному бренду большее влияние.

2.4 Личный бренд и профессионализм

Знаете ли вы, что больше всего беспокоит каждого специалиста по найму, когда он решает предоставить предложение кандидату на работу? Вопрос в том, является ли этот человек профессионалом, тем, кто может работать в команде с другими людьми; кто может быть вежливым и эффективным; кто может улучшить рабочее пространство, а не ухудшить его.

На собеседованиях сложно вытянуть из кандидатов подобную информацию. Вот почему рекрутеры и менеджеры по найму будут искать ваши аккаунты в социальных сетях, а также изучать рекомендации других работников области, и не только те, которые вы предоставили (скорее всего, самые положительные), но и среди реальных людей – коллег, которых они нашли в LinkedIn, например, или людей, которых нашли благодаря тщательному анализу вашего присутствия в социальных сетях. Прежде чем они примут вас на работу, они захотят узнать вас получше.

Профессионализм – важная часть вашего бренда. Важно, чтобы вас знали как человека, который каждый день приходит на работу, чтобы работать; который умеет взаимодействовать с другими людьми, признавая различия во мнениях, опыте и культуре; который может эффективно управлять своим временем; который держит свое слово, обращает внимание на детали и может поддержать свою команду.

УЗНАЙТЕ ВАЖНЫЕ ЧЕРТЫ УСПЕШНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТЕХНОЛОГИЙ

В главе «Проявите себя как профессионал» я опишу несколько ключевых моделей поведения, которые могут помочь поддержать и создать надежный личный бренд.

Необходимо не только проявить профессионализм, но и найти способ сделать его частью вашего бренда. Есть ли у вас блог? Нет, не думайте, что вам теперь всегда нужно писать статьи на технологические темы! Время от времени делайте перерыв, пишите о профессионализме, чем он для вас является. Читайте и участвуйте в обсуждениях на эту тему в социальных сетях. Напишите о методах управления временем или расскажите, как вы справлялись с межличностным общением на работе. Ваш бренд – это то, как вас воспринимают, и важно быть уверенным, что это образ человека, который думает о своем профессионализме и заботится о нем. Удивительно, как много возможностей открывает подобный акцент!

2.5 Личный бренд и саботаж

Существует множество способов саботировать ваш бренд. О некоторых из них вы, вероятно, уже догадались, прочитав эту главу. Например, о непрофессиональном поведении в социальных сетях или неправильном понимании аудитории своего бренда. Плохо распоряжаться своим временем – это еще один способ. К примеру, вас считают ленивым; возможно, вы и не ленивы, но, если эта репутация закрепится за вами, она может повредить вашему бренду. Для удаленной работы лень, неумение планировать время свидетельствуют о том, что вы плохой работник: тот, кто бездельничает, недоступен в рабочее время, не отвечает на звонки или электронные письма своевременно.

Простая, но вместе с тем трудная истина заключается в следующем: все, что вы делаете на работе или перед своими коллегами или работодателем, влияет на ваш бренд. Нравится вам это или нет, но у вас действительно есть личный бренд. У всех он есть. Бренд – это то, как другие люди воспринимают нас и думают о нас. Мы можем взять его под контроль, проработать, сделать (и сохранить) позитивным, способствующим карьерному росту. А можем пустить все на самотек.

Все, что вы делаете в рабочем пространстве, влияет на ваш бренд. За последнее десятилетие этот «предел видимости» стал намного больше с появлением социальных сетей. Может показаться несправедливым, что работодатель накажет вас за то, что вы опубликовали на Facebook, или что вы не получили новую работу из-за слухов о вашей лени и непродуктивности. Однако таков мир, в котором мы живем, и именно поэтому так важно активно управлять личным брендом.

2.6 Рекомендуемая литература

Мел Карсон, Introduction to Personal Branding: 10 Steps Toward a New Professional You (самиздат, 2016).

Карен Кан, Branding Pays: The Five-Step System to Reinvent Your Personal Brand (BrandingPays Media, 2013).

Сандра Лонг, LinkedIn for Personal Branding: The Ultimate Guide (самиздат, 2020).

2.7 Упражнения

Оцените свой бренд. У всех он есть, хотим мы этого или нет, и, оценивая его текущее состояние, можно решить, хотим ли мы вносить какие-либо изменения и какими эти изменения могут быть. Изучите следующие вопросы:

Где мой бренд выражается? Включите в ответ личные встречи (например, в офисе), а также социальные сети, сообщества, в которых участвуете, и другие онлайн-события.

О чем говорит мой бренд? Как говорят разработчики, пустой – это не то же самое, что нулевой; ваш бренд всегда что-то говорит, например: «Этот человек, похоже, мало чем занимается». Чтобы выяснить, какое впечатление вы производите на других людей, можно спросить коллег, какие ожидания они возлагают на вас, основываясь на вашей деятельности. Как они ожидают, что вы будете управлять проектом, сотрудничать в команде и вести себя на работе? Проведите анонимный опрос, если это поможет им быть более откровенными с вами. Спросите людей, которые сталкиваются с вами в Интернете, чего они от вас ждут, основываясь на том, что вы публикуете. Один мой друг, выполнивший это упражнение, встревожился, узнав, что многие из его друзей в Facebook считали его человеком, который в первую очередь интересуется политикой. Политика была основным контентом, который он размещал на платформе, так что она стала образом его бренда.

Как мой бренд влияет на определение моего успеха? Вернитесь к своим пунктам успеха из главы 1. Какие аспекты вашего текущего бренда их поддерживают? Отличается ли что-нибудь в вашем бренде от этих пунктов, мешает их реализации?

Как мой бренд может поддержать мой успех? Рассмотрите все места, где существует ваш бренд. Если часть вашего определения жизни состоит в том, чтобы вносить ценный вклад в техническое сообщество, делаете ли вы это? Может ли ваш текущий вклад дать понять другим, что от вас можно ожидать и других вложений?

Закончив, посмотрите на результаты и решите, можно ли использовать ваш бренд более продуманно? Что вы могли бы сделать по-другому, чтобы создать бренд, который точнее соответствует вашему определению успеха? Нужно ли изменить свое определение успеха, включив в него цели создания бренда и его поддержания?

3

Сеть

В мире, где люди постоянно подключены к Интернету, очень легко потерять ценность простого человеческого взаимодействия. Однако подобное взаимодействие, другими словами, нетворкинг – это один из важнейших аспектов любой карьеры и важнейший гибкий навык, которым следует овладеть.

3.1 Для чего нужен нетворкинг?

Нетворкинг – это процесс, в котором вы узнаете людей в своем рабочем пространстве. К сожалению, в последнее время наблюдается грустная тенденция: сколько бы вы ни отправили резюме в разные компании, как бы квалифицированы ни были, ответят вам лишь единицы. Даже если у вас лучшее резюме, правильно оформленное под алгоритмы искусственного интеллекта, которые сначала проверяют кандидатов, шансы на то, что человек увидит вашу заявку, невелики. Онлайн-вакансии получают тысячи заявок; их слишком много, чтобы кто-то мог легко выделиться среди них.

По ходу написания книги я переговорил с сотней людей, которые получили новую работу в технической сфере, продвинулись в своих компаниях на новые должности или перешли в другие команды. Большинство из них рассказали, что не получили бы работу, если бы внутри компании за них не замолвили словечко. Если бы коллеги по нетворкингу не нашли их резюме и не показали его менеджеру по найму, их никогда бы не пригласили на интервью. Вот для чего нужен нетворкинг.

За последние два десятилетия моя сеть коллег помогла мне привлечь новых клиентов, получить колонки в нескольких журналах на долгосрочной основе, согласовать контракты на книги, найти новые рабочие места и выступать на конференциях. Многие из моих проектов было бы невозможно начать без помощи нетворкига, например, именно так вышла моя книга *Shell of an Idea: the Untold History of PowerShell* (самиздат, 2020 год). Без преувеличений могу сказать, что практически все, что случилось со мной в профессиональном плане, произошло с помощью нетворкинга.

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.