

Кен Сігал тісно співпрацював зі Стівом Джобсом і був креативним директором NeXT і Apple. Він був членом команди, яка розробила легендарну кампанію Apple Think different. Саме Сігал відповідає за приставку «i» до назв найпопулярніших продуктів Apple. Також Кен Сігал працював креативним директором IBM, Intel, Dell і BMW. Він веде блоги про технології й маркетинг на сайті kensegall.com/blog і розважається з читачами на сайті scoopertino.com. Сторінка Сігала у Твіттері: [@ksegall](https://twitter.com/ksegall).

Зміст

Передмова

Вступ	Посох Простоти
Розділ 1	Мисли безжально
Розділ 2	Мисли конкретно
Розділ 3	Мисли мінімалістично
Розділ 4	Мисли в русі
Розділ 5	Мисли знаково
Розділ 6	Мисли над кожним словом
Розділ 7	Мисли поза рамками
Розділ 8	Мисли як людина
Розділ 9	Мисли скептично
Розділ 10	Мисли як на війні
Розділ 11	Мисли наперед
Висновок	Мисли інакше

Подяка

Показчик

«Спрощуй, спрощуй».
— *Генрі Девід Торо*

«Спрощуй».
— *Apple*

Передмова

Життя — це поєднання майстерності й удачі. Я не претендую на те, щоб називатися наймайстернішим у своїй галузі, але точно знаю, що я серед тих, кому пощастило найбільше. Між роботою в NeXT і роботою в Apple минуло десять років: саме тоді я працював зі Стівом Джобсом.

Це не завжди було легко. Іноколи навіть шкідливо для здоров'я. Але це завжди викликало захоплення, і до кінця своїх днів я буду в боргу перед Стівом за ті уроки, які від нього отримав.

Стів відійшов у засвіти раніше, ніж я завершив цю книжку. І хоч його смерть була очікуваною, у глибині душі я не хотів із цим миритися. Я потай тримався за надію, що йому стане краще. Я не хотів думати про світ без нього.

Тож, окрім своєї первісної комерційної функції, ця книжка набула для мене особистого значення. Я хотів би віддати Стіву належне за все, що він зробив для цього світу, і за можливості, які він дав мені особисто.

Не я винайшов ідеї, викладені в цій книжці. Я просто спостерігав за ними. Дякую, Стів, за те, що так усе спрощуєш.

Вступ

Посох Простоти

Команда дизайнерів, що розробляла упаковку для Apple, щойно повернулася з презентації проекту Стівові Джобсу. На їхніх обличчях було написано все. Ні, це не були сліди кривавої розправи. Але було ясно, що все пішло не так, як планувалося.

Я щиро співчував їм, адже знав, що кожен із них впродовж кількох тижнів вкладав у цей проєкт частинку себе та всіма силами намагався вирішити непросту проблему з упаковкою. Тоді я працював над зовсім іншим проєктом, але в одному офісі з ними, тому інколи вони запрошували мене приєднатися до мозкового штурму до своєї надсекретної й повністю ізольованої зали.

Поки команда на кухні приходила до тями після зустрічі зі Стівом, я перекинувся кількома словами з керівником проєкту.

— Невідомість мене вбиває, — кажу. — Як усе пройшло вранці?

— Добре, — сказав він, — Стів уперіцив нас усіх посохом Простоти.

Поясню: Стів не прийняв їхню роботу. Не тому, що вона була погана, а тому, що вона не розкривала суть ідеї та вела до неї заплутаними стежками, хоча є прямий шлях.

У цьому випадку Стіва не турбували творчі зусилля команди: його турбував сам проєкт. Людина, яка керувала проєктом, скерувала команду на створення окремих упаковок для двох версій одного й того ж продукту. Стів вирішив, що це безглуздо. «Просто поєднайте їх», — сказав він. «Один продукт — одна упаковка». Немає сенсу розробляти ідею іншої упаковки.

І він мав рацію. Це було простіше, швидше, краще. Їхня розмова тривала всього кілька хвилин і викликала неабиякий подив у цілої групи дуже розумних і талановитих людей. А чому вони раніше про це не подумали?

Посох Простоти символізує основну цінність Apple. Інколи це нахнення, інколи — символ влади, як у племені печерних людей. У будь-якому випадку це нагадування про те, що вирізник Apple з-поміж інших технологічних компаній і дає їй вистояти в цьому складному світі — глибока, майже релігійна, віра в силу Простоти.

Усі, хто працювали з Apple, підтвердять, що простіший шлях не завжди найлегший. Часто він потребує більше часу, грошей і зусиль. Можливо, вам доведеться переступати через себе. Але в більшості випадків це дає значно кращий результат.

Простота була рушійною силою Apple ще від початку діяльності обох Стівів — Джобса і Возняка. Вона надихнула їх створити комп'ютер, який допомагав би людині творити щось прекрасне, а не просто обробляти дані у темному підвалі якоїсь безликої корпорації.

І, звісно, Простота стала орієнтиром для Macintosh, що являє собою найбільший стрибок в еволюції комп'ютерів, адже це перший графічний інтерфейс, яким можна керувати за допомогою мишки. Ні, не сперчайтеся зі мною щодо того, хто насправді його винайшов. Macintosh — це перший комп'ютер, у якому він став популярним.

Коли у 1984 році Стів Джобс вийшов на сцену, щоб оголосити про Macintosh, він промовив слова, які відлунюватимуть ще десятки років. Він назвав розробку «шалено прекрасною».

Це саме те шаленство, що змусило людей чергами оточити весь квартал, аби зблизька побачити нову сторінку в історії технологій. Коли Стів повернувся в Apple після перерви тривалістю в одинадцять років, разом із ним повернулося шаленство. І знову з'явилися черги. Спершу він воскресив комп'ютери (iMac), згодом здійснив справжню революцію в музиці (iPod і iTunes), потім — у смартфонах і знову в комп'ютерах (iPad).

Кожна революція Apple народжувалася з любові до Простоти. Кожен новий пристрій або створював нову категорію, або перевертав наявні категорії з ніг на голову: і все тому, що, як сказано в старій рекламі iMac, технологія була «просто вражаючою і вражаюче простою».

Зігравши провідні ролі в маркетингу Intel, Dell, IBM, а також Apple, можу запевнити вас, що акцент Apple на Простоті — унікальний. Це не просто ентузіазм. Це не просто пристрась. Це одержимість.

Незважаючи на те, що любов Apple до Простоти зародилася в голові Стіва Джобса, зараз вона глибоко вкорінена в ДНК компанії і слугує орієнтиром для тисяч її співробітників по всьому світу. І в нагороду ти

отримувати неймовірне відчуття задоволення, коли справжні революції спалахують одна за одною. І, традиційніше, величезні прибутки теж.

Щоб це оцінити, достатньо лише глянути на розмір прибутку Apple у порівнянні з будь-яким його конкурентом. А ще краще — подивитися на прибутки Apple у порівнянні з усіма його конкурентами разом узятими. У другому кварталі 2012 року на Apple припадало 6,5% світового ринку телефонів, і це давало компанії близько 75% загального операційного прибутку всієї галузі. На малесеньку частку Apple на світовому ринку персональних комп'ютерів (близько 5%) також припав непропорційно великий відсоток від загального прибутку галузі.

У жодному разі я не кажу, що Простота — це єдина причина успіху Apple. Хороше керівництво, вміння зазирати на крок уперед, а також талант, уява та неймовірно важка праця — ці речі навряд чи з нею асоціюються, але Простота проходить крізь них червоною ниткою. Саме вона змушує Apple створювати те, що Apple створює, і вчиняти так, як Apple вчиняє. Саме відданість Простоті створює нерозривний зв'язок між Apple і його клієнтами та надихає їх проповідувати цю ідею колегам, друзям і родині.

Простота не лише дає можливість Apple здійснити справжню революцію. Вона дає можливість Apple здійснювати революції знову і знову. Світ змінюється, технології змінюються, і компанія адаптується до змін, але релігія Простоти залишається незмінною. Саме цінності дають змогу Apple перетворювати технології на пристрої, перед якими неможливо встояти.

У любові Apple до Простоти немає нічого таємного. Вона — в усьому, що ви бачите. У продукції компанії, у її рекламі, у внутрішній організації, у магазинах і в стосунках із клієнтами. Всередині Apple Простота — це мета, стиль роботи та мірило.

Однак тут виникає одне хороше запитання: якщо одержимість Apple ідеєю простоти настільки очевидна, як і фінансовий успіх корпорації, то чому б й іншим високотехнологічним компаніям просто не скопіювати методи Apple і досягти такого ж успіху?

Відповідь проста: зробити це складно.

Простота — це не лише принцип, який можна взяти та легко інтегрувати в бізнес. Ви ніде не знайдете ідеального рецепту цієї інтеграції. Простоту не можна ввімкнути чи вимкнути якоюсь чарівною кнопкою. Однак будь-хто може знайти у ній свою вигоду. Головне — мати рішучість і знання.

Простота не оживає раптово від якогось правильного поєднання молекул, води та сонця. Їй потрібен борець — той, хто готовий відстоювати її принципи і є достатньо сильним, щоб опиратися спокусі злої сестри-близнючки Простоти — Складності. Їй потрібен хтось, хто готовий керувати процесом. Керувати головою та серцем.

Певно, ви вже зрозуміли, що махати посохом Простоти набагато приємніше, ніж потрапляти під його удари. Приймавши цінності Простоти, ви станете тим, хто ініціює зміни, тримає колег на правильному шляху й кожного дня доводить власну цінність для компанії.

Правда, що не підлягає сумніву

Оскільки ця книжка про Простоту, варто зазначити, що практично все, що ви тут прочитаете, з'явилося на світ завдяки одній простій істині: люди віддають перевагу Простоті.

Можливо, я трохи поспішив і ці слова звучать дуже просто. Тому ось більш розгорнута версія: коли є вибір між простим шляхом і більш складним, будь-яка розумна людина обере простий.

Якщо і це здається вам занадто очевидним, то ви вже на шляху до розуміння однієї з найважливіших ознак Простоти. Усе просте — цілком природне. Воно має природний вигляд, природно звучить і функціонує. З цим важко не погодитися.

Не варто недооцінювати те, як люди прагнуть ясності та як позитивно на неї реагують. Більшість із нас живе у світі, який стає дедалі складнішим, і в ньому вже не так легко знайти Простоту. Усе зводиться до базового попиту та пропозиції: Простота стає більш рідкісною, а тому — більш значущою. Тож здатність зберігати простоту в речах і не допускати їх ускладнення також стає ціннішою.

Людина будь-якої релігії та культури з будь-якими політичними поглядами та прожитими історіями віддає перевагу Простоті. І не лише людина. Ця перевага закладена у базових імпульсах будь-якої клітини будь-якого живого організму. Коли йдеться про вибір у звичайних повсякденних ситуаціях, майже всі форми життя демонструють однаковість: для них простий шлях є значно привабливішим.

Як людина, так і собака, риба чи амеба більш прихильно відреагують на простіше рішення — навіть якщо ця реакція несвідома. Люди бізнесу, які розуміють, користуються і діють за цим принципом, стануть більш успішними, ніж ті, хто цього не робить.

Але якщо всі та все мають вроджену любов до Простоти, то чому бізнес (та й життя) залишається настільки складним? У природі є така річ, що зветься балансом. Поки існує така чудова ідея, яку ми зовемо Простотою, існуватиме й темна хмара, що називається Складністю. Складність може бути сильною та спокусливою, тому не слід її недооцінювати.

Її послідовники часто ані виглядом, ані вчинками не відрізняються від нас. Якою діяльністю ви не займалися б, але зустрічаєте їх майже щодня. Ці люди вірять, (або змушені вірити) що їхні складні підходи більш дотепні. Інколи їм можна пролити світло. В іншому випадку все, що ми можемо зробити, — це спробувати їх знешкодити. Та як би дивно це не звучало, ми повинні подякувати таким послідовникам Складності за те, що вони є, адже на їхньому тлі Простота стає ще більш виразною.

Простота — це сила, незалежно від того, користується нею окрема людина чи вся організація. Питання лише в тому, чи є у вас інтуїція та навички для того, щоб перетворити цю силу на перевагу для вашого бізнесу.

Про це — скоро.

Це книжка про маркетинг? Чи про що?

Ця книжка — про одержимість, що привела Apple до успіху. Одержимість Простотою.

Але щоб по-справжньому зрозуміти Простоту й оцінити, як її впроваджували, підтримували і реалізовували в Apple, а також дізнатися, як ви можете скористатися цією силою для досягнення цілей вашої компанії, необхідно побачити її в контексті. В організації, яку вибудував Стів Джобс, маркетинг — це контекст практично всього. Без перебільшення, маркетинг не менш важливий для успіху Apple, аніж пристрої, які компанія виробляє.

Чи багато історій, якими я планую поділитися в цій книжці, стосуватимуться маркетингу? Безумовно. Чи буде для вас корисною ця книжка, якщо ви займаєтеся маркетингом? Я був би вкрай здивованим, якщо ні. Чи маєте ви бути маркетологом, щоб зачерпнути з цієї книжки важливі ідеї для свого бізнесу? Зовсім ні.

Ця книжка — про ідеї та процеси. Про те, як створювати найкращі проекти і найкращі умови для їх реалізації. Про те, як діставатися

з точки А до точки В більш ефективно і з набагато кращим результатом. Ці принципи актуальні для будь-якої діяльності, не лише для маркетингу.

Якщо ви взаємодієте з клієнтами, керуєте командою, прив'язуєтеся до дедлайнів або координуєте працівників у вирішенні складних питань, ця книжка надихне вас на нові ідеї та роздуми стосовно того, як зробити свою діяльність (якою би вона не була) більш успішною.

Навіть якщо ви практично нічого не знаєте про маркетинг, ситуації, описані в цій книжці, навряд чи будуть для вас незрозумілими. Якщо ви колись бачили серіал «Божевільні» чи інші серіали або повнометражні стрічки про бізнес, вам буде легко їх зрозуміти. Реальні історії з життя Apple не менш цікаві, ніж їхні голлівудські версії.

Читаючи цю книжку, ви зможете побувати у конференц-залі Стіва Джобса. Ви почуєте його нічні телефонні переговори. І хоча більшість описаних тут розмов стосуються різних аспектів маркетингу, вони висвітлюють любов до Простоти, яка зробила компанію Apple такою, якою вона є зараз. Книжка навчить вас перемагати у бізнесі — перемагати у стилі Apple.

Ваш покірний поводитир у цій подорожі — креативний рекламний директор, який провів сімнадцять років у світі Apple та NeXT і разом із командою створював маркетингові стратегії, які допомогли цим компаніям вирізнитися з-поміж інших. Моя робота — перетворювати складні ідеї на цікаві й переконливі історії. Сподіваюся, мені вдасться це зробити в цій книжці також.

Чому я написав цю книжку?

Чим легендарнішою ставала Apple, тим більше книжок про неї писали. Авторами більшості з них є журналісти чи інші особи, які тут не працювали: вони взяли інтерв'ю та поєднали у своїх книжках різні історії з внутрішнього життя компанії.

Але «Шалено просто» зовсім інша.

Її робоча теорія полягає в тому, що хоч Apple і робить багато речей якісно, — пристрої та програмне забезпечення, організація виробництва, стратегії, презентації, PR, маркетинг, ритейл і багато-багато всього — Простота проходить через них червоною ниткою.

Якщо ви зрозумієте, як Простота допомогла Apple стати найдорожчою корпорацією на планеті, то зможете застосувати її принципи