

De ce căutăm cu orice preț excelență, când ceea ce se cere e mediocritatea?	10
Deci cât de bun vrei să fii?	12
Poți atinge intangibilul	17
„Vreau să fiu la fel de cunoscută ca Persil Automat“	18
Ai observat că în viață nu reușesc cei mai deștepți din școală?	20
BAZELE.	
Energia	24
Nu căuta laude. Caută critici	26
E numai vina mea	28
Împărtășește-ți ideile	30
Nu vâna următoarea ocazie. Ai deja în mâna acea ocazie	32
Accentuează partea pozitivă	34
Elimină partea negativă	35
Nu-ți pune inteligența înaintea comunicării	36

Nu promite mai mult decât poți face	38
Află interesele clientului	40
Ce faci când te refuză clientul?	42
Nu acceptă refuzul	44
Dacă pare imposibil, fă-o tu.	
Dacă n-o faci, nu există	46
DACĂ NU REUȘEȘTI SĂ REZOLVI O PROBLEMĂ, ASTA ÎNSEAMNĂ CĂ JOCI DUPĂ REGULI.	
Cine nu greșește nu are şanse să facă ceva.	50
„Dă greș. Dă greș din nou.	
Dă greș mai bine.“	52
Nu e bine să ai dreptate	54
E bine să te înseli	56
Nu te teme de ideile prostești	58
DĂ-ȚI UN IMPULS.	
Joacă-ți bine cartea	64
Nu contează ce știi	66
Contează pe cine știi	67

Nu ține un discurs. Fă un spectacol 68

O concediere îți poate prinde bine 70

IAR ACUM, PAUZA PUBLICITARĂ.

Un *layout* înseamnă o idee 74

Concepe-ți reclama pornind din cel mai slab punct 78

Layout-urile brute sunt mai convingătoare decât cele cizelate 80

Dacă te împotmolești, schimbă placa ... 82

Ceilalți sunt la fel de buni ca tine 84

Nu te teme să lucrezi cu cei mai buni ... 86

Treci de limitele publicității 88

Nu încerca să câștigi premii 90

NU TREBUIE SĂ FII CREATIV PENTRU A FI CREATIV.

Cum îți poți face o companie pe cinste 94

Cum poate un senior manager să facă diferență 98

Cum poate un junior account să facă o mare diferență 99

Cum poate face diferența un director de media 101

AFACERI NOI.

Ce se înțelege prin cuvântul „creativ”? 104

Cum să-ți crești cota de reușită 106

GÂNDURI DE ÎNCHEIERE.

Cel mai plăcut moment 115

Vești din amvon 118

Ciclul creativ al vietii 120

Sclipire și înțelepciune 122

DE CE CĂUTĂM CU ORICE PRECIZIE EXCELENȚA, CÂND CEEA CE SE CERE E MEDIOCRITATEA?

În lumea comercială, excelența nu se află la prea mare căutare. Există o cerere mult, mult mai mare pentru mediocritate.

Sincer să fiu, mă bucur că lucrurile stau aşa.

Imaginează-ți o lume în care toți clienții ar fi minunați, unde am putea produce fără restricții ceea ce avem chef, unde toată lumea și-ar putea pune în practică fanteziile, la adăpost de clienții dificili.

Ce ne-am face?

Am reacționat în răspăr, spunând: „Nu-i aşa că-i plăcător? Cum să fim aşa de monoton? Hai să-o facem greșit, să-o facem urât și să-o facem foarte ieftin“.

Aceasta este natura unui creativ. Toți creativii au nevoie de ceva împotriva căruia să se răzvrătească, asta le condimentează viețile, iar creativii sunt cei care le condimentează viețile clienților.



Eu o fac pentru mine

DECI CÂT DE BUN VREI

Respect pentru oameni si carti

SĂ FI?



Bunicel.



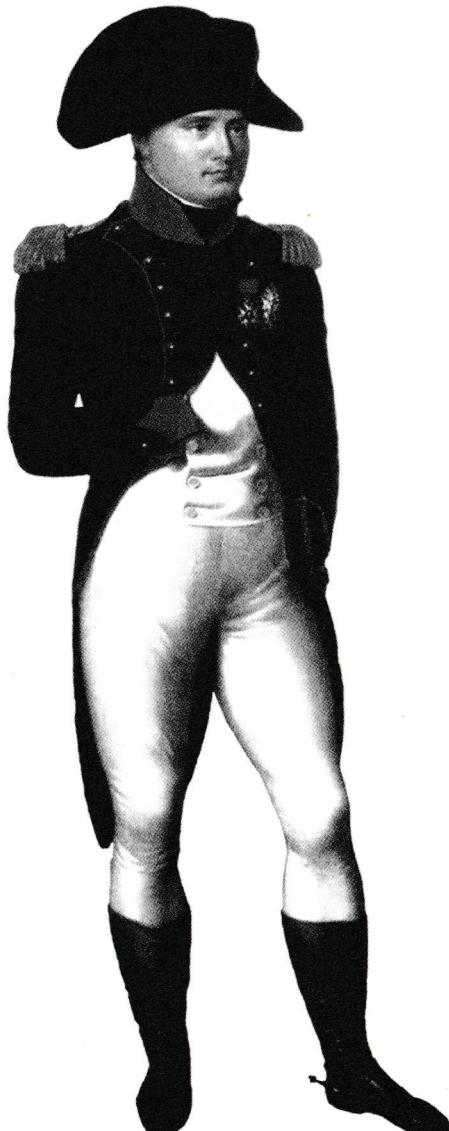
Bun.



Foarte bun.



Cel mai bun din branșă.



Cel mai bun din lume.

Cu toții ne dorim să fim buni la joburile noastre, dar cât de buni vrem, de fapt, să fim?

Bunicei.

Buni.

Foarte buni.

Cei mai buni din branșă.

Sau cei mai buni din lume?

Talentul ajută, dar nu te duce la fel de departe ca ambiția.

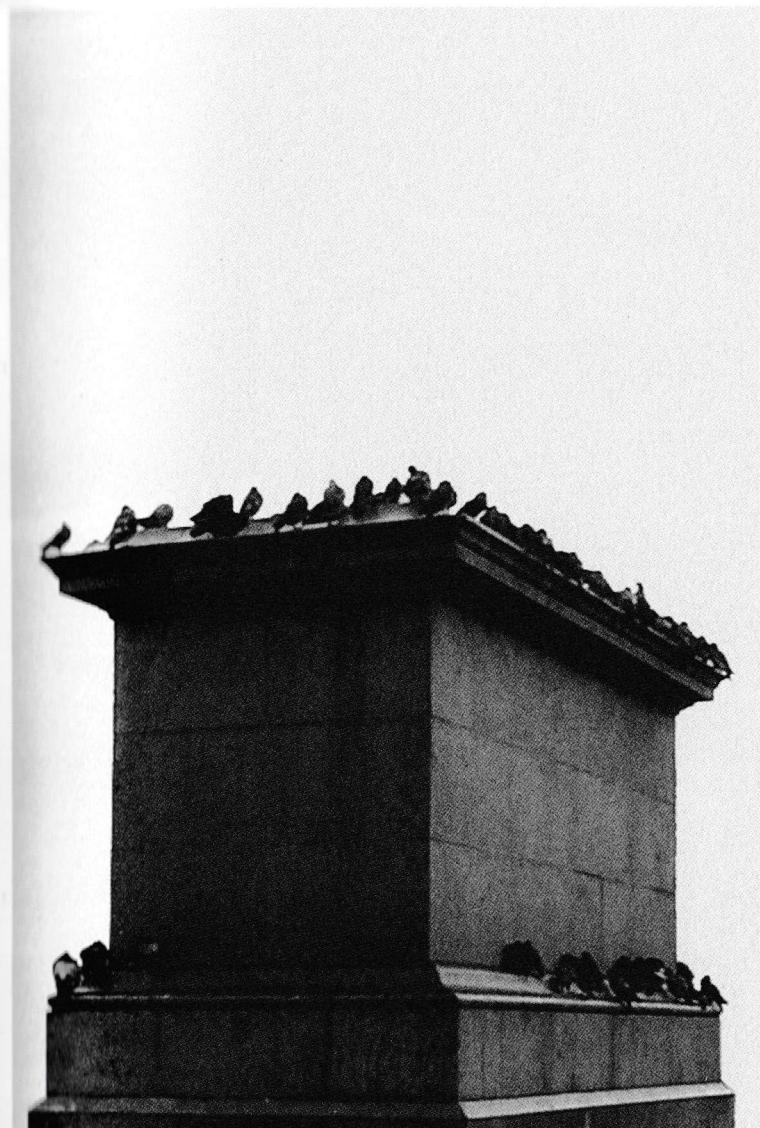
Toți își doresc să fie buni, dar nu mulți sunt pregătiți să facă sacrificiile necesare pentru a ajunge măreți.

Pentru mulți e mai important să fie amabili pentru a le fi pe plac celor lalți. Își are și acest lucru meritele lui, dar nu trebuie să confunzi ce înseamnă să fii bun și ce înseamnă să fii pe placul altora.

Majoritatea se află în căutarea unei soluții, a unei căi de a deveni bun.

Nu există soluții instantanee, singurul mod de a învăța este prin încercare și eroare.

Vei deveni cine vei vrea să fii.



Aici ai putea fi tu.



Tu unde te vezi?

POTI ATINGE INTANGIBILUL

Înainte de toate, trebuie să ținestești dincolo de puterile tale.

Trebuie să-ți dezvolți o indiferență totală față de limitele abilităților tale.

Încearcă să faci lucruri care te depășesc.

Dacă ai impresia că nu ești în stare să lucrezi pentru cea mai bună companie din domeniu, fă-ți din asta o profesie.

Dacă ai impresia că nu ești în stare să apari pe coperta revistei *Time*, fă-ți din asta un scop.

Fă-ți o viziune despre unde vrei să ajungi în realitate.

Nimic nu este imposibil.

NU CĂUTĂ LAUDE. CAUTĂ CRITICI.

Respect pentru oameni și cărți

E destul de simplu să primim confirmări dacă întrebăm destui oameni sau dacă-i întrebăm pe cei care e foarte probabil să ne spună ceea ce vrem să auzim.

Cel mai probabil este ca ei să spună amabilități, nu să critice. De asemenea, avem tendința de a cosmetiza răul, pentru a auzi doar ceea ce vrem să auzim.

Așa că, dacă ai produs o lucrare acceptabilă, te vei fi convins că este bună doar pentru că asta ți-au spus ceilalți.

Ceea ce este, probabil, OK. Dar la fel de bine se poate să nu fie prea grozav.

Dacă, în loc să cauți confirmare, ai întreba „Ce e-n neregulă? Cum aș putea s-o îmbunătățesc?“, ai avea mai multe șanse să primești un răspuns onest, critic.

S-ar putea chiar să-ți perfecționezi conceptul.

Și încă te afli în postura de a respinge o critică pe care o consideri neîntemeiată.

Ce obiecții poti aduce?

Dacă ești implicat în ceva care merge prost, nu da niciodată vina pe ceilalți. Asumă-ți toată vina.

Dacă ai contribuit cu ceva, accepă-ți responsabilitatea deplină asupra lucrării.

Dacă accepți responsabilitatea, te află în postura de a face ceva mai bun.

Iată câteva scuze comune pentru eșecuri:

1. *Brief-ul a fost îngrozitor.*
2. *Am nevoie de un partener mai bun.*
3. *N-am avut destui bani s-o facem cum trebuie.*
4. *Nu m-a ascultat directorul.*
5. *Am fost prea ocupat cu alte proiecte.*
6. *N-am avut destul timp.*
7. *Clientul a refuzat cele mai bune idei.*

Majoritatea acestor lamentări sunt la ordinea zilei în orice job. Ele nu se vor schimba.

Ideea este că, indiferent cu ce-ar greși ceilalți, tu ești cel care-și asumă responsabilitatea.

Nu există scuze.



Gâscă dă vina pe băiețel, iar băiețelul pe gâscă.