Сожги свое портфолио! То, чему не учат в дизайнерских школах

Автор:
Майкл Джанда

Сожги свое портфолио! То, чему не учат в дизайнерских школах

Майкл Джанда

Эта книга даст гораздо больше для успешной карьеры в дизайне, чем профильное дизайнерское образование или впечатляющее портфолио. Вы познакомитесь с реалиями дизайнерского бизнеса, существующими практиками и неписаными правилами ведения дел, о которых большинство дизайнеров, фотографов и представителей других творческих профессий узнают, только окунувшись в реальную работу. Автор книги, Майкл Джанда, владелец собственной дизайн-студии в утонченной юмористической манере делится сотнями советов, выстраданных за 10 лет, которые он провел в дизайнерском бизнесе. В удивительно смешной, но при этом чрезвычайно полезной книге собрана бесценная информация о работе в команде, построении отношений с заказчиками и коллегами, взаимодействии с клиентами и многом другом. Вы узнаете, что от мозгового штурма зачастую больше вреда, чем пользы; что любой сотрудник в дизайнерской студии – заменяем, даже если это арт-директор; что «дизайнеры – с Марса, а заказчики – с Венеры»; что у вас есть всего 65 секунд, чтобы получить работу или заказ. Книга представляет 111 уникальных авторских советов, без понимания которых начало работы в дизайнерском бизнесе покажется вам сущим адом.

Майкл Джанда

Сожги свое портфолио! То, чему не учат в дизайнерских школах

© 2013 by Mychael C. Janda

© Перевод на русский язык ООО Издательство «Питер», 2015

© Издание на русском языке, оформление ООО Издательство «Питер», 2015

* * *

Как бы мне хотелось шмякнуть по голове каждого дизайнера, с которым я работал, этой книжкой, а книжка тяжелая… После этого я велел бы им прочитать ее от корки до корки, потому что Майкл Джанда научит их избегать тех ошибок, которые в сфере дизайна делают практически все.

– Дэйв Креншоу,

автор книг «The Myth of Multitasking» («Миф о многозадачности» и «The Focused Business»

«Сожги свое портфолио» – это уникальное руководство для дизайнеров и программистов, рисующих для себя радужные перспективы в этом бизнесе. Ее должен прочитать каждый дизайнер. Майкл вовлекает читателя в этот процесс скорее примерами, чем рассуждениями. И ему удалось сделать книгу живой за счет того, что он рассказывает случаи из своего опыта. И хотя он обращается в первую очередь к дизайнерам, его повествование об оттачивании навыков общения будет невероятно полезным в любой сфере. Именно это и заставляет меня, клиента, перечитывать эту книгу снова и снова.

– Шерил Сабан, Ph.D,

автор книги «WhatIs Your Self-Worth? A Woman’s Guide to Validation» и основатель Self Worth Foundation

Я училась на дизайнера, а потом пошла к Майку Джанде, чтобы он научил меня дизайнерскому бизнесу. Он невероятный человек. Я еще не встречала никого, кто понимал бы все проблемы, с которыми я столкнулась после учебы. Индивидуальное предпринимательство, заключение контрактов, принятие оптимальных решений и работа с самыми разными клиентами – Джанда объясняет все, что нужно. Время на его занятиях летит незаметно, его объяснения понятны любому слушателю и настолько полезны, что вы будете пользоваться его советами каждый день.

– Лорили Рейджер, директор Thrive Creative Group

Хотите, чтобы карьера дизайнера превратилась для вас в пытку? Не хотите? Тогда бросайте свой планшет и беритесь за книгу Майкла Джанды. Он дает четкие, понятные и практичные советы, которые позволят вам добиться успеха в дизайнерском бизнесе. Ваши клиенты будут счастливы, а ваши помощники начнут работать более эффективно. Даже если вы – индивидуальный предприниматель и сам себе хозяин, выводы, азбучные истины и юмор этой книги существенно дополнят ваш дизайнерский арсенал.

– Марк Сири,

вице-президент Media Products, NBC Universal

«Сожги свое портфолио» – это круто! Это самое занимательное, полезное и нескучное руководство для людей творческих профессий, написанное человеком, работающим в этой сфере. Джанда – просто гений, когда речь идет о том, как управлять ожиданиями клиентов, как строить творческий процесс, как руководить успешным дизайнерским бизнесом. Мы с Джандой работали в компании Fox, и моя карьера столь успешна благодаря ему и его прикольным методам работы.

– Эллисон Эллис,

директор Hopscotch Consulting

Майкл Джанда – человек, к которому стоит прислушаться, если вы хотите добиться успеха на ниве творчества! Ни у кого из тех, кого я знаю, нет такого таланта, опыта и умения выживать. В этой книге читатель найдет блистательные профессиональные рекомендации и советы высшего качества.

– Джеф Джолли,

президент Riser

Выражение «бедный художник» перестает быть актуальным, потому что книга «Сожги свое портфолио» дает художникам и дизайнерам ключ к успеху на столь конкурентном рынке, на котором те, кто полагались только на свой талант, зачастую терпели неудачу. Художники! ЧИТАЙТЕ ЭТУ КНИГУ!

– Марк Лонг,

основатель RetouchUp / Hollywood FotoFix

Я много лет проработала с Майклом и компанией Riser. Майкла и его команду отличает то, что они говорят на моем языке, а не на языке дизайна. Майкл и его компания не только сверхкреативны – они абсолютно профессиональны. Общение – вот в чем причина успеха Майкла и его команды в своем деле. Они не только внимательно слушают клиента, который, не являясь дизайнером, пытается изложить детали своего проекта, но и сотрудничают с ним, чтобы работа была выполнена так, как надо, своевременно и без лишних затрат. Невозможно представить человека, который дал бы дизайнерам более дельный совет о том, как работать с клиентами.

– Мелисса ван Метер,

вице-президент по маркетингу и рекламе TV Guide Network

Невероятно! Майкл Джанда дает нам неоценимые советы по поводу того, как стать звездой в креативной индустрии. Он приводит примеры из реальной практики и делится опытом, то есть тем, что не всегда узнаешь на веб-сайтах или в художественных школах. Полная запоминающихся деталей и написанная

живым языком, эта книга послужит вам постоянным источником вдохновения.

– Линда Ходж,

свободный художник и графический дизайнер

Майк Джанда знает, что на одном только таланте карьеру не сделаешь. Чтобы закрепиться в бизнесе, нужны определенные навыки. В этой книге он делится квинтэссенцией своего опыта, причем делает это кратко, с юмором, так, что это запоминается.

– Лоренс Теренци,

директор отдела разработок Crackle

Чтобы добиться успеха в этой индустрии, одного таланта и узких джинсов маловато. Наконец-то появилась книга для креативщиков с реальными и опробованными на практике советами о том, как стать успешным дизайнером. Я работаю в этой области уже тринадцать лет, но, прочитав книгу, ощутил себя младенцем. Рекомендую ее всем дизайнерам и разработчикам.

– Джош Чайлд,

директор творческого отдела Riser

Как профессиональный дизайнер с шестнадцатилетним опытом работы, я могу с уверенностью говорить о важности и мудрости изложенных в книге принципов. Они помогают не только дизайнерам, начинающим трудиться в этой области, но и тем, кто работает уже много лет.

Чтобы овладеть творческими навыками, таланта недостаточно. Эта книга поможет вам реально оценить свои способности и найти те ниши, в которых нужно себя совершенствовать. Используя советы Майкла на практике, вы заметите, как крепнут ваши творческие силы, как вы находите новые пути решения проблем, причем не обязательно связанные с дизайном, а еще и в таких

сферах, как общение с клиентами, стратегия ведения бизнеса и этика деловых отношений. Все это связано. Я многое узнал о себе, когда стал следовать рекомендациям на практике, сумел выработать собственный план действий, который помог мне наладить контакты с клиентами и сотрудниками компании.

Я всегда относился с огромным уважением к Майклу Джанде как к опытному, творческому человеку и успешному бизнесмену. Прочитав эту книгу и услышав, как он рассказывает о том, чему научился за время работы, я еще больше проникся уважением к нему. Я рекомендую эту книгу всем людям творческих профессий, независимо от уровня подготовки или опыта.

– Джон Томас,

главный и креативный директор Blue Tractor Design

Это больше, чем книга. Это аварийный комплект для занятых творческим трудом. На ее страницах вы найдете информацию о том, как одновременно творить и руководить бизнесом. Каждый раздел наполнен практическими советами из первых рук. Этими советами может воспользоваться любой, кто хочет сделать свой бизнес еще более успешным.

– Крис Кристенсен,

генеральный директор Global Learning и Alexion Pharmaceutical

Я знаю Майка Джанду более тринадцати лет. Я наблюдала, как росла его фирма, начиная с маленького веб-агентства, как она стала ведущей компанией в своей отрасли. Я до сих пор помню, как познакомилась с Майком, когда он был нашим креативным директором, а я только закончил колледж. Мой начальник отправил меня забрать какой-то буклет у Майка. Я помню наш разговор: он был невероятно уважителен и искренен, хотя никто не заставлял его любезничать с новичком. И вовсе не потому, что знал, кем я являюсь в компании. Я считаю, что у Майка есть все качества, которые должен развивать в себе руководитель. Он честный, ответственный и, самое главное, получает удовольствие от своей работы. В этой быстро развивающейся отрасли трудно найти людей, которым можно полностью доверять, но я всегда знала, что Майк меня не подведет. Быть приятным человеком – не профессиональный секрет, а то качество, которое

не купишь в компьютерном магазине!

– Туи (Тви) Тран,

старший производитель программного обеспечения компании ABC Family

Мое знакомство с Майком произошло, когда я устраивался на работу. Он разнес мое портфолио в пух и прах, но при этом умудрился обнаружить у меня крупицы таланта (мельчайшие). А затем с ходу помог мне сформулировать мой бизнес-план. На работу меня все же приняли. У Майка я научился побеждать собственную лень и многим другим нужным вещам и навыкам, которыми пользуюсь по сей день. Как повезло всему дизайнерскому сообществу, что Майк сумел объединить все свои советы в одно руководство, причем сделал это с юмором и знанием дела!

– Рэй Вудс II,

директор подразделения по взаимодействию с пользователями NBC Universal

Эта книга посвящается моей семье – Джоди, Максу, Мэйсону и Майлзу. Спасибо за вашу удивительную поддержку и за то, что вы позволили мне осуществить мои мечты.

Я люблю вас больше своего джипа и команды Chicago Bears вместе взятых.

Сжечь портфолио? В самом деле?

Получив диплом университета, я затолкал свое толстое портфолио в папку из кожзаменителя и отправился на поиски работы. Я был уверен, что судьба приведет меня в какое-нибудь суперагентство, где я стану мегазвездой дизайна,

изумляя клиентов невероятными проектами, которые буду разрабатывать по заказу самых крупных мировых компаний.

Прошел месяц бесплодных поисков, походов по агентствам, собеседований, и наконец я занял свою первую должность – оператор препресс в местном полиграфическом центре AlphaGraphics. За девять долларов в час я действительно стал звездой дизайна: никто лучше меня не мог отцентровать текст на визитной карточке и отправить ее на печать.

Мне потребовалось четыре года, чтобы привыкнуть к нравам, царящим на Среднем Западе, и к лозунгу «Одержимость работой – это норма». Я прошел длинный путь от моего замечательного полиграфического центра до должности главного креативного директора студии Fox. Там я овладел навыками дизайна, разработки и редактирования веб-сайтов Fox Kids и Fox Family.

Ликвидация наших отделов в студии Fox привела к тому, что на четыре года я отправился в свободное плавание, а индивидуальное предпринимательство обеспечивало меня таким доходом, на который я и не надеялся, заканчивая обучение. Я мог позволить себе все, что хотел, и все, что мне нужно. Когда я перестал справляться с работой в одиночку, жена убедила меня, что пора искать помощников. И вот спустя десятилетие у меня в штате семнадцать сотрудников, а среди клиентов моего прославленного агентства Riser – компании Google, Warner Bros., Disney, NBC и National Geographic.

За годы работы мне пришлось иметь дело с сотнями дизайнеров и программистов; я с ними беседовал, я их нанимал, я ими руководил. Одно я знаю точно: портфолио с образцами графического дизайна – это то, что поможет вам завести знакомства с потенциальными работодателями и клиентами. В школах дизайна это знают и тратят девяносто процентов времени, пытаясь научить студентов еще во время обучения создавать из своих работ впечатляющие портфолио.

Однако мне известно и другое: хотя школы дизайна и тратят девяносто процентов времени на то, чтобы у выпускников были первоклассные портфолио, когда вы приходите наниматься на работу, девяносто процентов вашего портфолио для успешной творческой карьеры оказываются ненужными. Ваши портфолио даже рядом не стоят с тем, что действительно может принести вам успех.

Работа в команде, навыки общения, в том числе с клиентами, производительность труда и деловая смекалка – все это играет колоссальную роль и принесет вам успех в графическом дизайне независимо от того, занимаетесь вы индивидуальным предпринимательством, работаете на агентство или владеете собственной фирмой. Эта книга призвана научить вас всему тому, чему не учат в школах дизайна.

Сжечь портфолио? Согласен, сказано сильно. Но те уроки, которые я усвоил и описал в этой книге, не менее важны, чем ваши гениальные дизайнерские способности. Возьмите эти уроки на вооружение. Используйте их. Эти навыки плюс ваше первоклассное портфолио – и вы подниметесь на новый уровень в сложном деле графического дизайна.

Благодарности

Вспоминая, что подвигло меня написать эту книгу, я вижу лица тех, кого мне посчастливилось встретить в жизни. О некоторых из них здесь нельзя не вспомнить.

В первую очередь, это моя жена Джоди. Я ценю, что ты неизменно поддерживала все мои устремления. В те редкие моменты, когда я не обращался к тебе за советом, ты умудрялась вести хозяйство и предоставляла мне свободу, столь необходимую для успеха. Без тебя я не стал бы тем, кто я есть. Сказать «спасибо» мало. Я люблю тебя.

Мои родители, Денис и Нэнси, спасибо вам за то, что научили меня быть принципиальным, привили стремление к успеху, поддержали мое желание зарабатывать на жизнь тем, что мне нравится.

Мои тесть и теща, Гэри и Конни Эллен, вы преподали мне уроки жизни, которые нашли отражение в этой книге. Спасибо за то, что поддерживали меня как собственного сына.

Алан Роджерс, вы стали для меня примером и наставником, когда мне было немногим за двадцать, научили быть лидером, преподавателем

и руководителем. Большая доля моего успеха зиждется на том фундаменте, который вы помогли мне заложить.

Сара Робинс, мой преподаватель в колледже. Вы сделали искусство таким интересным предметом, что я выбрал его своей профессией.

Несколько коллег (бывших и нынешних), членов семьи и друзей, которых обязательно нужно упомянуть. Джеф Джолли, Рэйчел Эллен, Крис Кристенсен, Марк Сайри, Рэй Вудс, Туи Тран, дедушка Цвик, Эрик Ли, Дэрел Гоф, Дерек Эллис, Джон Томас, Джош Чайлд и Марк Лонг – вы вдохновляли меня и вели к новым высотам.

И все сотрудники компаний Janda Design, Jandaco, Riser Media, Riser – бывшие, настоящие и будущие, – спасибо вам за то, что вы пережили со мной непростые времена, когда нам только предстояло решать задачи, стоящие перед начинающей компанией. Простите меня, но я всегда действовал с лучшими намерениями.

Ник Джарвис, спасибо за потрясающие иллюстрации и за помощь в создании этой книги. Ты – редкий талант.

Дженна Митчел, спасибо за редактуру. Ты направляла работу над книгой в нужную сторону.

Джен Сеймур, редактор этой книги, ты великолепна. Ты – воплощение принципа «Одержимость работой – это норма».

И, наконец, всем сотрудникам компании Peachpit Press и лично Ники Макдональд спасибо за веру в меня и за то, что убедили-таки меня отказаться от названия «Как сделать из дерьма конфетку»:-)

Часть I

Инженеры человеческих душ

Большой секрет

Поговорите с кем-нибудь из тех, с кем мне довелось работать все эти годы, и они, вероятно, скажут одно и то же: «Майкл Джанда, без всяких сомнений, является одним из самых талантливых в мире создателей заурядного графического дизайна». С этим я целиком и полностью согласен.

Когда дело касается дизайна, то здесь все в порядке. Я точно нахожусь где-то выше среднего уровня, но знаю многих дизайнеров, которые на порядок лучше меня (к счастью, некоторые из них работают в моей фирме). Тем не менее мало кому удалось добиться такого успеха, как мне. Почему же некоторым удивительно талантливым людям не удается воплотить в жизнь грандиозные планы, а посредственность становится знаменитой? Не хватает трудолюбия? Или умения вовремя оказаться в нужном месте? Или простого везения?

Дело в том, что в графическом дизайне (практически во всех его областях) творческие и профессиональные навыки не особо важны ни для клиента, ни для вашего начальства. В то же время нет никаких сомнений в том, что успех приносят навыки общения. Одна из моих любимых книг всех времен – шедевр Дейла Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей», написанный в далеком 1936 году. Я искренне убежден, что эту книгу необходимо прочитать абсолютно всем. Многие уже сделали это; я сам покупал ее, читал и дарил бессчетное множество раз.

По словам Карнеги, только пятнадцать процентов успеха в области финансов объясняются специальными знаниями, тогда как восемьдесят пять – это личные качества и способность руководить. Человек, стремящийся зарабатывать больше, должен не только иметь специальные знания, но и уметь выражать свои мысли, руководить людьми и внушать им энтузиазм.

Карнеги приводит известные слова Рокфеллера о том, что умение общаться с людьми – это такой же товар, как сахар или кофе, и он сам готов платить за это больше, чем другие. Вот чему, по мнению Карнеги, нужно учить студентов. Но увы, он не слышал, чтобы такой курс читали хоть в одном университете.

Я уже признавался в том, что не считаю себя гениальным дизайнером. И мне хватит скромности заявить, что я не бог весть какой руководитель (и многие мои коллеги с этим согласятся). И я готов утверждать, что мой успех в графическом дизайне объясняется в большей степени моим умением ладить с людьми – начальниками, подчиненными, коллегами, – чем моими профессиональными и дизайнерскими навыками.

Это подтверждает и успех собранной в моем агентстве команды – она состоит из тщательно подобранных профессионалов. И учитывая книгу Карнеги, неудивительно, что больше всех получает не дизайнер, не программист и даже не руководитель проекта. Как это ни странно, самым высокооплачиваемым человеком является моя правая рука – «президент» компании. Возможно, правильнее было бы называть его «главный балабол».

Он похож на канатоходца, который идет по тонкой веревке, натянутой между нами и нашими клиентами. Без него не обойтись, наши клиенты его любят, а сотрудники уважают. У него нет ни одной акции компании, но я делюсь с ним изрядной долей доходов. И хотя он не способен нарисовать дорогу от своего гаража до дома, он – душа компании. Он отвечает за контакты с клиентами, что дает невероятные результаты.

Из труда Карнеги следует, что навыки межличностного общения имеют важное значение не только для моего собственного успеха как владельца агентства, но и для моих сотрудников.

Эта книга – не трибуна, с которой я буду делиться секретами управления и общения. Есть люди гораздо более квалифицированные, чем я, и они могут предоставить массу информации на данную тему. А формат этой книги позволяет донести до вас мысль о том, что прекрасные навыки в графическом дизайне – это только пятнадцать процентов успеха в профессии, но никак не девяносто, как вас убеждают в дизайнерских школах. Чтобы добиться реального успеха, начинайте работать над навыками общения с людьми уже сейчас.

Если вы собираетесь сделать карьеру графического дизайнера, вам нужно потратить усилия и время на развитие своей коммуникабельности. Чем проще вам находить общий язык с клиентами и коллегами, тем лучше для вас. Люди будут в восторге от тех прекрасных услуг, которые вы им оказали, а вы начнете

пожинать плоды большого труда и хорошо сделанной работы.

Если вы хотите преуспеть в графическом дизайне, вам нужно сосредоточить усилия и время на своих коммуникативных способностях.

Не жалейте времени и сил

Когда я только начинал работать (а это «начинание» заняло два года), мне довелось на себе испытать, как легко продвинуться по карьерной лестнице, если сделать что-то такое, что превзойдет ожидания начальства. Шел 1998 год и одна компания из Финикса, выпускающая детские игрушки, игры и книги, пригласила меня разработать новый корпоративный веб-сайт.

Начиналась интернет-эпоха, и все наше население пребывало в возбуждении по поводу возможностей Интернета. Подобный ажиотаж наблюдался только во времена золотой лихорадки в Калифорнии 150 лет назад. Амбициозный директор фирмы, принявший меня на работу, имел большие планы по поводу первого интернет-плавания своего корабля. Он представлял себе, что человека, заходящего на сайт, будут встречать полки с книгами. Пользователь сможет наводить указатель мыши на нужную книгу, видеть ее содержание, а затем покупать ее прямо с виртуальной полки.

К счастью, я уже имел навыки работы с ранней версией Flash и трехмерной компьютерной графикой. Я полагаю, что в силу новизны технологии претендентов на мою должность было немного, но так или иначе, я был, несомненно, рад, что ее получил.

Не жалеть времени и сил было для меня нормой, поскольку, как мне кажется, я родился с желанием помогать другим. С первого же дня я начал делать больше, чем от меня ждал заказчик. Он хотел получить книжную полку – я смоделировал трехмерное пространство книжного магазина с книжными полками. Затем средствами Flash я сделал трехмерную модель интерактивной (на тот момент основной функциональностью Flash были разве что выпадающие меню).

После того как на экране появлялась комната, пользователь мог навести указатель на полку, и изображение увеличивалось. После этого пользователь наводил указатель на корешок книги, щелкал кнопкой мыши, и… книга падала с полки, причем некоторые ее страницы открывались, позволяя увидеть содержание. К тому же в моем трехмерном магазине были небольшие интерактивные элементы, добавленные с целью заинтересовать пользователя. Когда пользователь щелкал мышью на каком-нибудь значке, по экрану начинал прыгать мяч. Когда пользователь наводил указатель на отдельные предметы, из книги выскакивал тигр со всплывающей подсказкой, рассказывающей, что делать дальше.

Я также создал простенькую систему покупок и загрузил ее в HTML-фрейм, так что когда пользователь щелкал мышью на товаре, он мог совершить покупку на сайте. В целом по сегодняшним стандартам все это было довольно примитивно, но в то время никто еще до такого не додумался.

Нужно ли говорить, что директор был в восторге, поскольку заказал полку, а получил целый виртуальный магазин. Он тут же повысил мне зарплату и предложил добавить еще один элемент – комнату, куда пользователь мог бы зайти, чтобы познакомиться с деятельностью компании. Я приступил к работе. Первым делом я соорудил дверь в виртуальный магазин. Пользователь наводил указатель на дверь, и она открывалась. Когда он щелкал на двери мышью, загружалась новая комната, в которой он мог получить информацию о компании. Однако я понимал, что удивить своего нового начальника я смогу только в том случае, если мне удастся превзойти его ожидания. Я сделал трехмерную модель улицы, и когда пользователь заходил на сайт, он видел вход в магазин – причудливый кирпичный фасад, явно способный заинтересовать потенциального покупателя.

Когда я показал все это директору, тот снова пришел в восторг. Он ожидал получить комнату, а я ему сделал целое здание. На этот раз он предложил мне привлечь к работе кого-нибудь еще и добавить к виртуальному магазину несколько новых комнат. Я нашел очень способного человека, и наша маленькая команда приступила к работе над целым городом (хотя директор ожидал всего несколько комнат!). Когда он попросил нас добавить несколько зданий, мы создали целый мир с разными климатическими зонами (Арктика, джунгли, тропики и пр.). Он попросил добавить новые климатические зоны, а мы сделали целую галактику.

За последующие полтора года, в течение которых я не переставал удивлять директора, мне удалось сколотить команду из приблизительно десяти человек, и мы работали над созданием сайта oKID.com. Этот интернет-сайт был одним из первых в своем роде. На нем были интернетигры, мультфильмы, учебные материалы, информация для спонсоров, интернет-клуб и, конечно, интернет-магазин (собственно, с него и началось создание этого мира). Его персонажами были замечательные и необычные дети, чьи имена начинались с буквы «О»: Оуэн, Оливия, Оскар, Орхидея, Обормот и пр.

Каждое утро около половины восьмого мне звонил директор и просил показать ему новые достопримечательности сайта. Наша команда даже вменила себе в обязанность проводить ежедневные презентации, чтобы показать, как мы опережаем его ожидания. Директор демонстрировал наш сайт заинтересованным лицам и получал миллионы долларов от инвесторов. Менее чем за два года моя зарплата выросла вдвое. Я набирался опыта, мое портфолио становилось все внушительнее, так что о своем будущем я мог говорить вполне уверенно.

Лучшие графические дизайнеры с каждым новым проектом и каждым клиентом стараются превзойти ожидания заказчика. Если клиент ждет от вас два компьютера, отправьте ему три. Если ваш начальник ждет от вас работу в три часа дня, будьте готовы к двум. Всегда старайтесь быть на шаг впереди в своей работе и превосходить ожидания заказчиков при каждом удобном случае.

Впитывайте советы как губка

Индустрия графического дизайна под завязку забита критиками и советчиками. Я отдаю себе отчет в том, что я, возможно, один из немногих, кто в такой обстановке преуспевает. Без консультаций я не могу работать над дизайном более пятнадцати минут и не припомню, чтобы за это время я не обратился за советом к справочнику или более опытному коллеге. Возможно, то, что вы читаете эту книгу, означает, что вы относитесь к меньшинству и находитесь в активном поиске путей самосовершенствования. Или же вы читаете ее,

так как вам ее подсунул ваш начальник или преподаватель. Так или иначе, я рад, что вы ее взяли и начали читать.

Я часто говорю, что в колледже я учился учиться. Но я так и не научился тому, что необходимо для успешной карьеры, пока не закончил учебу и не приступил к трудовой деятельности. У меня никогда не было начальника, поэтому в основном на работе руководил я, а не мною руководили. Свои знания я главным образом приобрел из собственного опыта, действуя методом проб и ошибок. Я надеюсь, что, воспользовавшись советами из этой книги, вы сможете избежать многих ловушек, в которые попадал я, и сделаете хорошую карьеру.

Прочитав множество книг по дизайну и стратегиям в бизнесе, я пришел к заключению, что в большинстве из них много ценного, но много и пустого. Когда вы будете читать эту книгу, я предлагаю вам взять из нее то, что вам поможет, и выбросить то, что не нужно. Это всего лишь направления, общие идеи и опыт, которые помогли мне добиться успеха в графическом дизайне.

Вы и ваша работа – не одно и то же

Графические дизайнеры отличаются повышенной чувствительностью. Пожалуй, все художественные натуры – существа ранимые. В любом случае у человека с более развитым правым полушарием есть что-то общее с лекарством, отпускаемым по рецепту: «Осторожно! Плохо сочетается с бессонницей, конструктивной критикой, плохим кофе или непрошеным советом». Чтобы добиться успеха в индустрии дизайна, необходимо помнить, что вы и то, что вы сделали на работе, – это не одно и то же. Если вы воспринимаете критику своей работы как посягательство на себя лично, значит, вы занимаете оборонительную позицию, а это помешает вам совершенствовать свои дизайнерские навыки и адаптироваться к изменениям в творческой среде.

Как-то я проходил мимо рабочего стола одного нашего дизайнера и взглянул на проект, над которым он работал. Дизайн был явно сырой, да и вся работа шла

по неверному пути. Мне было известно, что эта девушка достаточно чувствительна, поэтому я постарался выбрать нужные выражения. «Итак, вы начали работу над проектом X? Обязательно изучите образцы дизайнов, которые нам прислал клиент, поскольку из них вам станет понятно, что он хочет получить». Вот и все, что я сказал. Я ушел, уверенный в том, что исполнил все, как нужно. Но позднее в тот же день ее коллеги рассказали мне, что после моего ухода девушка убежала в туалет в слезах. И она не просто «плакала», а «рыдала».

Жаль, что она восприняла мое указание как упрек, а не как попытку подсказать ей нужное направление. Ведь я прекрасно знал, что она опытный и способный дизайнер. В противном случае я бы вообще не нанимал ее на работу!

Чтобы расти в своей области, нужно прислушиваться к критике и советам со стороны. Отзывы людей очень важны, если вы хотите совершенствоваться как дизайнер. Предположим, что коллега вам говорит: «А почему бы немного не уменьшить размер логотипа?» – не стоит воспринимать это как «И ты считаешь себя дизайнером? Ты полный отстой, ты урод, ты воняешь, как свинья, так-растак!» Вы должны понимать, что ваша работа не определяет вашу личность, поэтому просто скажите: «Спасибо. Замечательное предложение, я попробую, посмотрим, что из этого получится». А затем принимайтесь за работу, и когда ваш дизайн отметят, вы будете признательны за подсказку, а ваш коллега доволен тем, что его забота и профессиональный совет помогли вашему проекту стать лучше.

Попробуйте воплотить совет в жизнь, а если ваша работа от него выиграет, пользуйтесь им и дальше. Один из ключиков профессионального роста – научиться не только воспринимать советы, но делать это с охотой. Самые известные дизайнеры стараются окружить себя людьми, которым они доверяют и чисто по-человечески, и как профессионалам в своем деле.

Относитесь ко всем с уважением

Все мы знаем одно замечательное правило: обращайтесь с людьми так, как вам хотелось бы, чтобы обращались с вами. Это правило так или иначе можно найти у всех народов земли, во многих религиях и философиях.

Христианство

«Итак во всем, как хотите, чтобы люди поступали с вами, так с ними поступайте и вы; ибо это – Закон и Пророки».

– Евангелие от Матфея, 7:12

Конфуцианство

«Никогда не требуйте от других того, чего не потребовали бы от себя».

– Конфуций «Беседы и высказывания», XV.24

Индуизм

«Человек, относящийся ко всем существам, как к самому себе, и который ведет себя по отношению к ним, как к самому себе, отказываясь взяться за прут для порки и целиком подавляющий свой гнев, сумеет достичь счастья».

– «Махабхарата», книга 13: Анусасана парва, раздел CXIII

Ислам

«Не причиняй зла никому, чтобы никто не причинил зла тебе».

– Пророк Мухаммед

Греческие философы

«Не делай людям того, что вызвало бы твой гнев, если бы они это сделали с тобой».

– Исократ

«Какого отношения к себе ждешь от своих соседей, такое же прояви и к ним».

– Секст Пифагореец

«Не делай соседу своему того, что он мог бы тебе сделать со зла».

– Питтак из Митилены

Меня научили этому золотому правилу в детстве, и я всегда старался ему следовать, но только в последние несколько лет понял, насколько важно соблюдать его в компании.

Я работал со многими замечательными людьми. Хорошо относиться к каждому из них, как казалось, очень просто. Лос-Анджелес знаменит тем, что там люди не тратят время на любезности. Все постоянно куда-то спешат. Мы с женой решили, что причиной этого культурного феномена стал бешеный ритм города, высокая стоимость жизни и мощный поток транспорта. Но я с гордостью могу заявить, что этот напор меня не сломил. Несколько лет назад, когда я был креативным директором компании FoxKids.com, произошел такой случай. Ко мне в дверь постучали, и в кабинет вошла Туи, стажер из отдела маркетинга, заканчивавшая учебу в Калифорнийском университете Лос-Анджелеса. Ее прислал начальник забрать какие-то руководства по стилям.

Я, как обычно, решил перекинуться с ней парой слов. Я спросил ее, как идет учеба, нравится ли ей проходить стажировку и что-то еще подобное. После этого мы пересекались в холле несколько раз, но не помню, чтобы мы еще раз

разговаривали.

Я вспомнил об этом только много лет спустя, когда Туи стала одним из моих первых важных клиентов. После окончания стажировки Туи получила работу в компании ABC Family. Это произошло приблизительно тогда, когда я организовал собственное дело. Она начала слать нам проект за проектом. В конечном итоге мне пришлось нанять несколько человек, просто чтобы справиться с объемом ее заказов. Как-то раз я решил прикинуть, сколько денег принесла Туи моей компании, и обнаружил, что за четыре года набралось не менее миллиона долларов. Однажды мы с ней обедали и она сказала: «А ты знаешь, Майк, почему я тебя так поддерживаю?» – «Нет, но благодарен тебе за поддержку» – ответил я. «А ты помнишь тот день, когда я зашла к тебе в кабинет забрать руководства по стилям?» – «Помню». Тогда она просто сказала: «Ты был очень любезен и поговорил со мной».

По сей день у нас прочные связи с Туи, и я рад отплатить ей добром за ее любезность, я даю ей рекомендации и делаю интересные предложения. В тот день, когда она заглянула в мой кабинет и я «был любезен», были посеяны семена деловых отношений, которые превзошли мои самые смелые ожидания.

Я – член деловой организации Corporate Alliance. Цель этого альянса – помогать руководителям компаний выстраивать деловые отношения на обедах, во время поездок за город, на прочих мероприятиях. Эти люди делают великое дело. Один из их лозунгов: «Общаться без высокомерия». Высокомерие в общении означает: вы предполагаете, что от общения непонятно с кем толк нулевой. Это распространенная ошибка, и я мог бы запросто допустить ее при встрече с Туи. (Подумайте только, я уже креативный директор, а ты – жалкий стажер.) К счастью, мне эта мысль в голову не пришла. А если бы пришла, то теперь я точно знаю, что она обошлась бы мне в миллионы долларов.

Разве можно знать заранее, что какой-нибудь начинающий дизайнер рядом с вами, держит ключи от вашего следующего громадного проекта! Или что секретарь в офисе вашего наименее значимого клиента может порекомендовать вас на новую работу! Знать это заранее невозможно. Поэтому единственное, что можно порекомендовать, – будьте любезны со всеми. По-моему, это важно не только для вашего профессионального роста, но и просто для того, чтобы каждый день приносил вам радость.

Вот несколько простых советов, как быть приветливым с людьми.

• Улыбайтесь.

• Благодарите.

• Обращайтесь к собеседнику по имени.

• Каждый день вступайте в разговор с незнакомыми людьми.

• Бескорыстно совершайте добрые дела.

• Будьте самим собой.

Крайне важно при этом вести себя естественно. Большинство людей способны понять, когда ваша любезность подлинна, а когда фальшива. В проявлении доброты к окружающим необходимо быть искренним, чтобы добиться нужного результата. Начните вести себя так уже сегодня, чтобы завтра подобное поведение вошло в привычку.

Разве можно предугадать, что секретарь вашего наименее значимого клиента порекомендует именно вас на весьма заманчивую вакансию!

Драма хороша для мыльных опер

Полностью согласен. Как-то летом, когда мне было четырнадцать лет, мы со старшим братом смотрели телесериал «Дни нашей жизни». Драматическое повествование о Бо и Хоуп, о коварном Викторе Кириакисе не могло оставить нас равнодушными. Там были гангстерские войны, любовные истории и все прочее, что должно быть в мыльной опере. Она переводила наши мысли из реальной жизни в область занимательных приключений. К сожалению, слишком многие люди переносят драматизм телесериалов на отношения с коллегами. И тогда – конец хорошим отношениям!

Однажды клиент рассказал мне об одном агентстве, услугами которого он пользовался. Он начал сравнивать наше агентство с тем другим и выразил свое удовлетворение тем, что мы не драматизируем ситуацию, тогда как предыдущее агентство этим грешило. Он привел пример: однажды ему понадобилось заменить текст на одном из его веб-сайтов, он позвонил в агентство, но получил ответ, который явно не соответствовал масштабу проблемы, не стоящей и выеденного яйца: «Вы хотите изменить текст? Нужно немедленно провести собрание. Там буду я, три программиста, президент компании, наш секретарь, и мы обсудим логистику смены текста. Вас устроит, если мы соберемся в три часа?»

Хотя диалоги из сериалов звучат смешно, когда мы их смотрим сидя дома или обсуждаем с друзьями, в реальном мире подобное не терпят и не уважают. Вот некоторые приемы, помогающие не впасть в излишний драматизм в рабочей обстановке.

• Сделайте паузу, если почувствуете, что становитесь излишне эмоциональным. Часто ситуацию лучше наблюдать со стороны, в особенности когда вы смотрите на вещи свежим взглядом.

• Пусть кто-нибудь прочитает ваши излишне эмоциональные электронные послания, прежде чем вы их отправите. Я пишу и переписываю письма, пока не пойму, что тон выбран правильно. Вы же не хотите, чтобы ваш клиент начал читать что-то между строк, делая неверные умозаключения!

• Приглашайте на беседы и встречи только заинтересованных лиц. Для обсуждения каких-то элементарных правок по тексту толпа не нужна.

• Лучше обсудить тот или иной волнующий вас вопрос с коллегой, вместо того чтобы посвящать ему целую диссертацию и отправлять ее по электронной почте. Когда ваш клиент впадает в излишнюю эмоциональность, попробуйте пожаловаться на него своему коллеге, выпустив пар и дав волю чувствам. Это поможет вам прийти в себя и затем подготовить взвешенный ответ.

Когда вы чувствуете, что начинаете гнать волну, глубоко вдохните, сосчитайте до десяти, выпейте чашку кофе – короче, сделайте то, что позволит вам прийти

в себя и удержит от ненужной эмоциональности.

Никаких полетов в одиночку!

Недавно я обедал со своими знакомыми по социальным сетям. В нашей группе приблизительно тридцать человек, и мы встречаемся раз в месяц.
Эти ежемесячные посиделки дают нам возможность узнать больше друг о друге, тем более что многие работают в сферах, весьма далеких от моей. Но на этот раз, оглянувшись вокруг, я ощутил симпатию ко всем сидящим за столом.
Это были не просто члены одной социальной сети – это были тридцать хороших друзей. С каждым из них нас связывали личные отношения. Многие из них посылали клиентов в мою компанию, я в ответ делал то же самое. Эти люди – как армия независимых предпринимателей, рекламирующих мой бизнес. Именно в этот момент я понял, что друзья охотно помогут тебе продвигать твое дело, поэтому так выгодно иметь много друзей.

Мой бизнес строится на взаимоотношениях. Изначально некоторые мои коллеги, перешедшие в другие компании, начали посылать мне заказы, поскольку были моими друзьями.

Один из лозунгов нашей компании: «Вчера клиенты – сегодня друзья». За годы работы мои клиенты:

• ссылались на меня в своих резюме;

• просили меня дать им рекомендательные письма;

• обращались ко мне за помощью в поиске новой работы;

• обращались ко мне за советами в трудных ситуациях, возникавших у них на работе;

• приглашали меня к себе в кабинет, закрывали дверь и изливали душу, рассказывая о проблемах на работе;

• говорили мне: «Ты мне как брат».

Уж если слова «Ты мне как брат» не являются признанием в дружеских чувствах, то я не знаю, что это такое. Вот несколько советов, как устанавливать дружеские отношения, как создавать и поддерживать дружескую атмосферу в компании.

• Вступайте в профессиональные сообщества.

• Присоединяйтесь к социальным сетям, охватывающим сферу вашей деятельности (многие из них бесплатны).

• Станьте членом местных коммерческих объединений.

• Заведите аккаунт в социальных сетях, таких как LinkedIn, Facebook и пр.

• Приглашайте кого-нибудь перекусить с вами во время перерыва.

• Приглашайте клиентов и тех, кто с вами сотрудничает, на спортивные мероприятия.

• Приглашайте знакомых поиграть в футбол.

Вращайтесь в деловых кругах как можно больше, насколько вам позволяют время и место (чем больше, тем лучше). Укрепление деловых связей в неделовой обстановке весьма важно, поскольку именно в этой обстановке люди обычно расслабляются и именно там может завязаться настоящая дружба. Но помните о необходимости быть искренним. Люди легко распознают, когда вы хотите завязать действительно дружеские отношения, а когда просто используете их в своих целях.

Друзья охотно помогут продвигать твое дело, поэтому много друзей – это выгодно.

Жалобы идут снизу вверх

Моя теща – один из самых позитивных людей, которые мне известны. Когда некуда деться от жаркого солнца, она может сказать: «Сегодня самый прекрасный день!» Когда льет дождь, она говорит: «Вот это дождь! Совершенно великолепный!» Я как-то начал ее поддразнивать на этот счет, а она просто ответила: «Все дело в том, что я себя именно так и чувствую». И в самом деле, все, кто знают мою тещу, согласятся с тем, что ее оптимизм заражает других.

Но если оптимизм порождает оптимизм, то и негатив порождает негативное отношение. Я не знаю почему, но в области графического дизайна масса угрюмых и раздражительных людей. Возможно, постоянное напряжение из-за сроков сдачи работы порождает раздражение. Или же оно является следствием нескончаемого потока критических замечаний, которые приводят к тому, что у людей возникает негативное восприятие жизни. Или людям просто нравится ныть? Какой бы ни была причина, одно я знаю точно: негатив переходит от одного человека к другому, и так далее, пока вся команда не окажется зараженной. Мы такое наблюдали у себя несколько раз. Один член команды впадает в пессимизм, и через какое-то время приходится менять весь ритм работы.

Возможно, самая главная причина распространения негатива – жалобы. Они порождают недовольство. Поймите меня правильно, могут быть ситуации, когда недовольство вполне оправданно: например, если ваш клиент вносит какие-то уродливые изменения в дизайн. Или совершенно неожиданно назначается новый срок выполнения проекта, и вы вынуждены сидеть на работе допоздна. Или у вас неудобное кресло. Или ваш компьютер работает слишком медленно. Или ваш босс – придурок. Или в здании отключили электричество. С этими и многими другими проблемами дизайнер сталкивается каждый день. Но раздражение по их поводу может превратиться в постоянную привычку, как курение. Эта привычка обостряет проблему, а не исправляет ее.

Я дам вам три совета, как наилучшим образом выходить из такой ситуации. Во-первых, вместо того чтобы быть на работе одним из источников негатива, попытайтесь сохранять положительное отношение к ситуации в своем мире дизайна. Негатив, причиной которого было раздражение, почувствуют ваши клиенты, коллеги и начальство. Язык тела, тональность в разговоре сразу выдадут вас, и было бы глупо предполагать иное. Кроме того, следует понимать, насколько заразны негативное замечание или негативно настроенный человек. Как лесной пожар, раздражение и раздоры могут погасить пламя творчества, вызывая недовольство и жалобы, которые будут нарастать с удивительной скоростью.

Во-вторых, необходимо понять, что иногда причину чьего-то раздражения можно найти и устранить быстрее, чем начнутся жалобы. Если, к примеру, у вас жесткие сроки окончания работы, то принимайтесь за дело. Время, которое вы потратите, жалуясь коллеге на клиента и на нереальные сроки, можно потратить с большей пользой, чтобы завершить работу в срок и порадовать заказчика.

Третий совет, который пойдет на пользу и вам, и вашей компании, состоит в том, чтобы занять активную позицию и начать действовать без промедления с целью исправить ситуацию, порождающую проблему. Если у вас тормозит компьютер, сообщите об этом начальству, чтобы оно помогло решить проблему. Если клиент настойчиво требует срочно внести какие-то изменения или устанавливает нереальные сроки, сделайте свое дело, а нереализованные задумки воплотите в следующем проекте. Вместо того чтобы жаловаться своим коллегам, начинайте работать и предложите своему начальству то, что, по вашему мнению, нуждается в исправлении. Ваша задача – сделать все для того, чтобы, уходя, вы оставили свою должность в лучшем состоянии, чем она была до вашего прихода. Вы должны быть маяком позитивного отношения в неспокойном море недовольства и раздражения.

Блокбастер «Спасти рядового Райана» показывают по телевизору чуть ли не каждую неделю, и меня это радует. Я смотрю его с неугасающим интересом. Некоторые сцены из фильма запечатлелись у меня в голове, а короткий диалог между капитаном Миллером, героем Тома Хэнкса, и его подчиненным рядовым Райбеном оказал на меня большое влияние. В этом диалоге рядовой спрашивает капитана, почему он никогда не слышал от него никаких жалоб. Капитан Миллер отвечает: «Жалобы идут снизу вверх, а не наоборот». Другими словами, капитан может пожаловаться вышестоящим офицерам, но никогда не пожалуется

подчиненным.

Возможно, эта история выдумана, но совет правильный. Выплескивание жалоб и раздражения на коллег только усугубляет ситуацию. А вот если выходить с жалобами к начальству, это может изменить ситуацию к лучшему.

В моей компании мы совершенно нетерпимы к проявлениям раздражения и негатива. Как только мы замечаем в ком-то недовольство, вызываем этого человека на разговор. Мы пытаемся докопаться до причин недовольства и вместе стараемся решить проблему. Раньше мы этого не делали, в результате недовольство и раздражение выходило из-под контроля. Я видел, как одно «гнилое яблоко» в корзине портило все остальные «яблоки». Не допускайте гнили!

Чаша терпения

Нью-Йорк, Мэдисон-авеню, кафе «Старбакс». Я уже год обдумываю раздел «Чаша терпения». Но чтобы ко мне пришло вдохновение и я приступил к работе, потребовалось какое-то время. И здесь, в Нью-Йорке, я дождался своего часа. В этом городе автомобили повсюду, люди снуют, словно муравьи. Большинство жителей Нью-Йорка с видимой легкостью справляются со стрессом жизни в большом городе, но иногда приходится сталкиваться с людьми, потерявшими контроль над собой. Как-то мне встретился парень, с выпученными глазами кричавший жене, что он «сыт по горло». Похоже, этот парень спекся. Не знаю, из-за чего это случилось, но было очевидно, что чаша его терпения переполнилась.

Вы, несомненно, знаете выражение «последняя капля», которая переполняет чашу терпения. Всем знаком (а кто-то, вероятно, даже переживал нечто подобное) такой переломный момент в жизни, когда простая вещь выводит из себя даже самого спокойного человека. Как вы думаете, откуда пошло выражение «лить слезы над пролитым молоком»? Очевидно, чаша терпения у детей не очень вместительна, поэтому для них потерять контроль над собой

так же легко, как опрокинуть чашку молока.

Графические дизайнеры вращаются в эмоционально напряженном мире и часто зависят от сроков сдачи проекта. По мере того как росла моя компания, у нас с каждым годом удваивались счета и персонал. Я был на грани отчаяния! Спросите любого из моих близких или из работавших в то время сотрудников. Большинство из них поделятся с вами страшными историями о моих налитых кровью глазах (я называю такое состояние «режимом Сайлона Рейдера» из популярного в 1970 годах телесериала «Звездный крейсер „Галактика“», где обитали свои «сайлоны» с красными глазами). Я весь был, как натянутая пружина.

На работе важно держать напряжение под контролем, не допуская переполнения чаши. Если вы этого не сделаете, то окружающие будут вынуждены осторожничать, чтобы ни словом ни делом вас не спровоцировать. Когда речь идет о способности подавлять раздражение, у вас есть два варианта. Либо надо чтобы чаша терпения была очень вместительной, либо надо ее регулярно опорожнять. Вот ряд приемов, которые я освоил на практике, пытаясь контролировать собственную чашу терпения. Имейте в виду: это ни в коей мере не научное исследование и не проверялось ни на какой фокус-группе, это всего лишь то, что я делаю в попытке не расплескать свою чашу терпения.

• Сделайте перерыв. Встаньте из-за стола и пройдитесь. Сделайте несколько глубоких вдохов, чтобы почувствовать приток кислорода.

• Приберите свое рабочее место и стол, так как беспорядок способствует росту напряжения. Порядок и чистота на рабочем месте его снимают.

• Сортируйте электронные письма. Мой почтовый ящик – мой хлеб. Если он переполнен сотнями сообщений, я начинаю беспокоиться, что что-то упустил. Перемещайте входящие сообщения из почтового ящика в папки, пусть он будет пустым. Быстро реагируйте на письма, чтобы они не способствовали наполнению чаши и не добавляли лишнего напряжения.

• Смело беритесь за работу. Иногда можно ослабить напряжение от предстоящей задачи, просто начав ее решать. Если вам предстоит разработать дизайн, потратьте несколько минут и создайте в Фотошопе новый файл с нужными параметрами. Разместите требуемые части проекта

на отдельных слоях, а затем сохраните файл. Эта простая задача займет всего пару минут и при этом снимет напряжение, убрав те несколько капель, которые могли бы переполнить чашу терпения.

• Возьмите лист бумаги и запишите все задачи, которые вам необходимо решить. Этот прием часто показывает, что у вас меньше дел, чем вы думаете. И даже если дел у вас больше, чем вы думаете, организация информации поможет снять часть бремени.

• Следите за состоянием финансов. К сожалению, стресс часто связан с деньгами. Будучи владельцем бизнеса я регулярно вижу, как сотни тысяч долларов приходят на банковский счет компании, а затем тут же куда-то уходят. Это меня очень напрягает! Я обнаружил, что часто напряга можно избежать, просто посчитав деньги. Подытожьте свои финансы, а затем прикиньте, насколько их хватит (детали см. в разделе 103).

• Пишите своим клиентам по электронной почте. Иногда неясность в отношениях с ними может породить напряжение. Потратьте несколько минут и напишите письмо со словами любезности. Коротенькое сообщение типа «Просто хочу вам сказать, что нам приятно работать с вами и мы ценим проекты, которые вы у нас заказываете. Вы – замечательный клиент. Спасибо». Скорее всего клиент ответит, что он тоже доволен работой с вами. Такой обмен доброжелательными письмами поможет снять напряжение.

• Во время становления моего бизнеса был год, когда я в огромных количествах пил диетическую колу. Сейчас я называю этот год «Тревожное расстройство – 2006». Не претендую на научность, а говорю только про свой личный опыт: кофеин ведет к стрессу, по крайней мере у меня. Можете поискать исследования, в которых анализируется, какой эффект кофеин оказывает на организм.

• Регулярно занимайтесь спортом. Я не просто трудоголик, я выматываю себя работой. И тем не менее хожу в спортзал как минимум пять дней в неделю по утрам, прежде чем отправиться на работу. Я знаю, что регулярные физические упражнения помогают ослабить стресс.

• Спите семь-восемь часов в сутки. Дайте телу отдохнуть столько, сколько ему необходимо. Это поможет уберечь вашу чашу терпения от переполнения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Купить: https://tellnovel.com/dzhanda_maykl/sozhgi-svoe-portfolio-to-chemu-ne-uchat-v-dizaynerskih-shkolah

надано
Прочитайте цю книгу цілком, купивши повну легальну версію: Купити