

и мысленно закройте рот на замок. Теперь берите ручку и записывайте за собеседником».

Говорит Игорь Манн: «Уж если речь о приемах, то и у меня есть свой. В руке ручка, кладешь большой палец на один из концов: начинаешь говорить — поднимаешь палец; договорил, начинаешь слушать — палец снова на ручку. Помогает!»

Ищите! Ищите активно.

На языке футбола 2:1 — это победа над соперником. Если вы будете уметь слушать хотя бы так же, как вы научились говорить, вы почти всегда будете победителем. А если в соотношении 2:1 — то абсолютно всегда.

Играющий тренер

Директор по маркетингу должен действовать, как играющий тренер в футболе.

Обычно играющий тренер стоит (или сидит) у края футбольного поля и следит за игрой своей команды. Когда необходимо, он начинает давать указания, проводить замену игроков, менять план игры на ходу. Но когда надо, он может выйти на поле, заменить самого слабого игрока (или бывшего из-за травмы), усилить игру. Но это в крайнем случае. Он же играющий тренер, а не тренирующий игрок. Так же должен действовать и директор по маркетингу.

Думать, планировать, руководить, мотивировать, радоваться, проводить разбор полетов, наказывать, делать выводы... И в редких случаях «брать в руки шашку».

Директор по маркетингу — тренер, который когда-то был хорошим игроком. Его задача — быть хорошим тренером, а не демонстрировать, насколько он хорош в игре.

Хороший директор по маркетингу должен найти баланс между полевой работой (исполнением) и штабной работой (управлением).

И центр тяжести должен быть ближе, гораздо ближе к управлению.