



Найти себя, свою нишу и предназначение стало легко, благодаря курсу “Как найти себя. Быстрая формула” <http://igorosipenko.com/ya/>



Однако всегда есть место для роста. Профессия или личная мотивация

не статичны. Тяжелое становится легким. Сложное простым. Навыки оттачиваются до автоматизма. Новое без старого не живет. А старое без нового не работает. Призываю совершенствоваться.

Данный курс является полностью самостоятельным. При этом курс “Как найти себя. **Быстрая формула**” и “Как найти себя. **Тонкая настройка**” прекрасно дополняют друг друга.

Тонкая настройка будет включать:

1. Более глубокие знания о том, кто вы и как найти себя
2. Более глубокое понимание связи между вами и людьми

В итоге вы получите завершённую картину вашего предназначения.

Свобода

В основе мотивации поведения человека лежит **свобода**. Путь к свободе лежит через определение предназначения и реализацию талантов через карьеру и бизнес. Человек рождается свободным, и уйти обязан свободным.

Не обязательно всю работу по достижению свободы делать в одиночку. Есть более продвинутые методы, которые вы узнаете уже сегодня из отчета.

Всплывают вопросы:

1. Можно ли заработать достаточно денег без жертв и потери свободы?
2. Можно ли создать стиль жизни, основанный на свободе и полном достатке?
3. Можно ли найти более прямой и простой путь к новой жизни без границ и запретов?

Задайте эти вопросы вашим друзьям. Если в них есть хоть капля позитива, то скорей всего они скажут ДА. Это хорошо. Данный отчет, кроме ДА, даст вам инструкцию КАК добиться свободы.

Закон созревания. Между мыслью и ее материальным воплощением лежит действие и время. Как следствие, чем раньше вы начнете действовать, тем быстрее планы станут реальностью. Упражнения в отчете - часть ваших действий на

пути к предназначению

Все невозможное становится возможным. Чтобы удивить толпу нужны полеты в Космос и дачный участок на Луне. Чтобы удивить человека необходимо направить его взгляд внутрь себя. И не только себя.

Словарь терминов

Профессия - это карьера или бизнес. При этом любая карьера, даже в благотворительной организации несет в себе элементы коммерции (привлечение денег, зарплаты сотрудникам, оплата коммуналки)

Рынок - группы людей и компании, для которых вы работаете. Не обязательно коммерция.

Клиент - человек или люди, которые пользуются вашими услугами или товарами. Не обязательно коммерция.

Аффинити - симпатия, позитивная эмоциональная связь с другим человеком или группой людей.

Предназначение - это конечный результат поиска себя, и реализация талантов через профессию.

Четыре тонкие настройки

Четыре основных положения, которые позволят вам сделать тонкую настройку вашего предназначения:

1. Знать точно, кто вы есть на самом деле
2. Знать точно, чего вы хотите
3. Знать точно, кто ваш клиент
4. Знать точно, что хочет ваш рынок

Обратите внимание, что второй и четвертый пункт **нестабильны** по своей сути. Ваши желания и потребности рынка меняются каждый год.

Более статичны первый и третий пункты. В этих случаях, можно сказать, хотя и с натяжкой, что стержень характера и природные таланты вполне стабильны на протяжении жизни.

Большинство людей в поисках стабильного предназначения. В этом кроется главное разочарование.

Наш личный мир не единственный. Он пересекается и даже зависит от личных миров других людей. Думать о предназначении **без учета других людей** стало главной ошибкой большинства.

Думать о предназначении, как о стабильной единице, еще большая ошибка.

Похоже, до меня никто не говорил об этом, поэтому сегодня тонкую настройку вашего предназначения по новым правилам вы сделаете, как мастер.

Настройка 1. Знать точно, кто вы есть на самом деле

В каждом из нас живет два человека. Один соответствует обществу. Другой пытается быть самим собой. Первый тип часто выигрывает у второго. Однако пользы это не приносит.

Мы можем остаться жертвой социализации - влияния общества и родителей. Можем найти себя, истинное предназначение и повеселиться.

Кто эти люди, которые живут в каждом из нас?

Первый тип, часто можно обнаружить, задав простой вопрос: чем вы занимаетесь? В большинстве случаев вы услышите профессию:

- я менеджер по продажам
- я парикмахер
- я нотариус
- я домохозяйка
- я учитель
- прочие стандартные ответы

Второй тип, самый важный для нас. При наличии, он приносит радость и кайф жизни. При отсутствии, делает нас печальными и высасывает жизненные соки.

Второй тип можно обнаружить, задав вопрос: **что бы вы делали, если бы не было ограничений, последствий и финансовых обязательств?** В большинстве случаев вы услышите детские мечты и мечты хулиганов:

- я рок-звезда
- я сноубордист

- я кассовый юморист
- я чемпион в боях без правил
- я легендарный спикер и мотиватор
- я федеральный политик
- я плейбой или королева стриптиза
- я космонавт, ведущий блог с орбиты
- другие суперстар

В школе я был отличником. В душе мечтал хулиганить.

Так и поступим. Станем называть первый тип, навязанный обществом, **отличниками**. И второй тип - скрытые тайные желания - **хулиганами** (супермен, звезда и другие слова, в которых есть эмоции).

В каждом из нас живет хулиган!

Обстоятельства борются с мечтами. Александр, мечтает быть известным ди-джем на пляже в Сантр-Тропе или по-крайней мере в Крыму на Казантипе. Обстоятельства же говорят ему, что у него нет денег и он клерк в банке.

Большинство проблем в постановке целей, заключено в том, что в приоритет ставятся деньги, вещи, предметы, машины и дома, но не желание человека БЫТЬ хулиганом или суперменом.

Два уровня влияния

Первый, общение мозгами. Второй, сердцами.

Когда встречаются два отличника (люди, говорящие мозгами), беседа на уровне сознания. Логична, предсказуема, скучна. Нет эмоций. Нет аффинити или эмоционального позитивной связи. В таком состоянии люди больше раздражают, чем влияют друг на друга.

Если вы в состоянии отличника, вы никогда не достигнете сердец ваших клиентов, коллег, членов семьи. Влияние поверхностное.

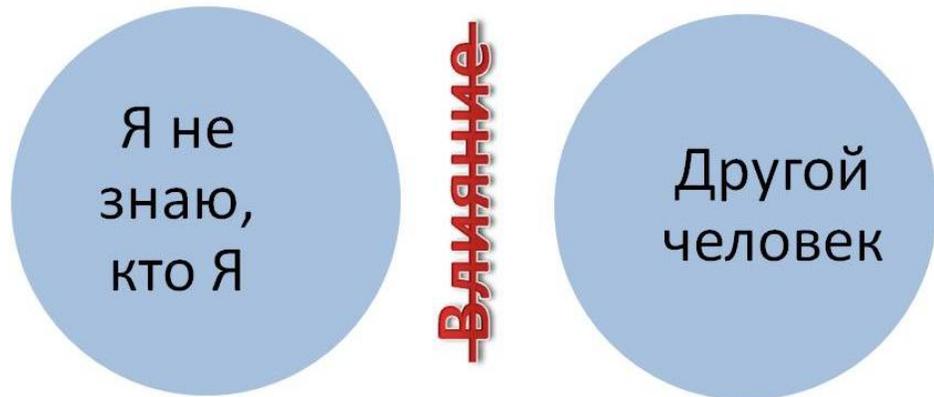
Пора меняться и найти себя.

Люди бессознательно талантливые чтецы душ. Ложь видят. Чувствуют. Поэтому если вы на уровне отличников или людей, которые пытаются соответствовать этике общества и одновременно предающих свои таланты, то вас раскусят и откажутся от сотрудничества.

Много разговоров о харизме. Тихоня, который найдет себя, быстрее станет харизматом, чем публичный министр, предающий свои истинные желания и интересы.

Смотрите схему далее...

Те, кто не знают, кто они, **не влияют**:



Те, кто знают, кто они, **влияют**:



Продолжение далее...

Влияние состоит из следующих элементов:

1. Вы нашли себя и ваше предназначение
2. В момент коммуникации возникает мгновенное аффинити или эмоциональная позитивная связь
3. Общение складывается легко и без усилий
4. Связь на уровне подсознания, на уровне сердец

Проверить нашли ли вы себя по-настоящему, нашли ли предназначение можно только по одному критерию - возникает ли мгновенное аффинити с людьми, с которыми вы общаетесь.

Что происходит с профессиями, когда человек нашел предназначение:

1. Продавцам не надо продавать и убеждать - продает и убеждает аффинити
2. Автоматически становитесь лидером, так как у вас есть четкая система убеждений и ценностей
3. Автоматически становитесь харизматом, за вами идут люди и самостоятельно наделяют вас ценностями, которые в них отсутствуют
4. Борьба и усилия уходят или воспринимаются, как временные вопросы, на которые стоит найти ответ

Второй пункт, тонкой настройки...

Настройка 2. Знать точно, что вы хотите

Пример ошибочного подхода. Я хочу деньги, что купить Мерседес. Или я просто хочу Мерседес. Или хочу деньги. Ложь.

На самом деле, человек хочет надеть очки, включить громко музыку и проехаться по району, как ганста-рэпер и просто, как звезда 80-х. Выйти эффектно из авто в соседний киоск. Чтобы на него смотрели и брали автографы. Он хочет быть суперменом.

Конечно, это крайний пример, но он передает суть.

Почувствуйте разницу

Человеку не нужен Aston Martin. Он хочет быть Джейсом Бондом, который выходит из казино "Рояль" и садится в Aston Martin.

Вещи, как цели, абсолютно не работают, если мы концентрируемся только на них. Быть хулиганом, супергероем - вот, что будоражит воображение. Испытать приключение и экстрим, быть в центре, а не на обочине, вот что по-настоящему хочет человек. Вещи в этом случае являются следствием желания стать хулиганом, суперменом и приключателем.

Созидание

Кроме, адреналина в крови, есть еще одно тайное желание. Многие молчат, потому что не знают, но чувствуют интуитивно. Многие хотят иметь одну важную черту Бога - созидать.

Праздно проводить время приводит к сумасшествию, отрыву от реальности и отдалению от предназначения. Работа и созидание дает силы, цели и энергию жить полно и долго. Этот скрытый мотив, часть тонкой настройки предназначения.

Хулиган, супермен и приключатель **создают опыт**, наполненный **созиданием эмоций**, и как следствие, **получают вещи, о которых мечтают**.

Люди не хотят новую квартиру с туалетом и ванной. Они хотят новый опыт, который подарит новая квартира. Они не хотят новый более современный и престижный автомобиль. Они хотят эмоции, которые они получают вместе с друзьями и семьей, когда выедут на природу.

Ключевое упражнение

Для того, чтобы найти ответ, что вы хотите, отвечайте на следующий вопрос:

Если бы не было ограничений и негативных последствий, то, как бы выглядел мой идеальный день?

Если вы пробежались взглядом и сказали себе “прикольно, интересная мысль, читаю дальше”, то немедленно остановитесь. Это вопрос и есть главное упражнение, которое необходимо делать до тех пор, пока картина вашего мира станет ~~туманной и сложной~~ ясной и простой. Всего лишь один вопрос, который даст вам то, к чему так долго и тайно стремились.

Выпишите вопрос на картон с размером с пластиковую карту. Читайте, думайте до полной победы. Вам не понадобится вера и борьба, когда вы

найдете себя.

Обратите внимание. Каждое слово в вопросе имеет смысл. Если вы сбросите все ограничения на употребления пива и сядете за руль, то последствия могут быть крайне негативными и беседу с представителями закона не избежать!

Другими словами, исключайте только те ограничения, которые потенциально могут привести к негативным результатам и последствиям.

По поводу дней. Навалять бы тому, кто придумал, что суббота и воскресенье для отдыха. Два дня это огромный перерыв между работой. Расслабляет и тупит. Кто сказал, что в эти дни нельзя работать, создавать новое и испытывать эмоции. Поэтому поосторожней с популярными заблуждениями.

В этом разрезе ваш идеальный день в понедельник и воскресенье ни чем не отличаются.

Вопросы к упражнению

Следующие вопросы помогут сформировать картину вашего идеального дня:

1. Где бы вы жили в ваш идеальный день? Страна, город, район города или пригорода.
2. Как выглядел бы ваш дом (частный, таунхауз или многоквартирный)? Какой был бы двор? Тихий или оживленный район? Каким был бы воздух, запахи и звуки?
3. В какое время вы бы просыпались в ваш идеальный день?
4. Какими бы были первые мысли после просыпания? Первые слова? Первые действия?
5. Как выглядел бы ваш завтрак? Запах? Вкус?
6. Как проходил бы ваш обед? В размышлениях и одиночестве? Встречались ли бы с друзьями и партнерами? Может быть с новыми людьми?
7. Как проходил бы ваш ужин? Вместе с семьей? Друзьями? Дома или в ресторане? Что бы вы ели и пили?
8. Как выглядела бы ваша идеальная профессия? Эмоции? Созидание?
9. Как выглядели бы ваши идеальные отношения с другими людьми? Сотрудничество? Романтика? Секс? Дружба?
10. Как выглядели бы ваши идеальные отношения с семьей? Детями? Какие места вы хотели бы посетить вместе? Какие новые источники знаний и техника необходима для развития детей? Кто обслуживал бы вашу семью (няня, водители, домработница, повар)?

11. Чтобы вы делали для поддержки тела и жизненного тонуса? Фитнес-центр? Йога? Боевые искусства? Или просто бег в любое время года?
12. С какими позитивными мыслями вы засыпали бы? Вопрос важен, так как наиболее сильное внушение оказывают наши мысли после просыпания и перед сном.

Вопросы разбудят вашу способность визуализировать. Как известно, визуализация один из двух важнейших способов создать новую жизнь.

Мозг не видит разницу между тем, что вы воображаете и реальностью. Энтони Роббинс, мотивационный спикер

Достаточно долго повторенная визуализация воплощается в материальные предметы и события. Больше в курсе **Новая жизнь за 21 день** <http://igorosipenko.com/21den/>

Настройка 3. Знать точно, кто ваш клиент

Предназначение с трудом находят эгоисты и одиночки. Человек социален. Это значит, что реализуется и зарабатывает благодаря другим людям.

Жизнь - это искусство взаимодействия. Если мы не включаем в тонкую настройку нашего предназначения других людей, то терпим крах.

Главное правило: забудьте про толпу! Думайте о вашем клиенте как о мужчине и/ или женщине в единственном числе. Это значит, что вам необходимо сформировать ОБРАЗ одного клиента.

Напомню, что даже если вы чиновник в некоммерческой организации, то ваш клиент - это каждый человек, с которым вы контактируете.



Например, в моей рассылке мужчин и женщин поровну. Поэтому, я составил два образа - один мужской и другой женский.

Другие примеры. Рассылка или сайт о рыбалке. Вероятнее всего подавляющее число будут составлять мужчины. В другом случае, в рассылке о красоте и стройности, будут женщины. Поэтому, в зависимости от пола ваших клиентов, составьте объединенные образы.

Вариантов всего три:

1. женщина
2. мужчина
3. мужчина и женщина

Чтобы легче представить образ вашего клиента, дайте ему имя. Например, Володя и Наташа.

В чем разница между толпой и личностью

толпа	личность
обезличена	персонализирована
неконкретна	конкретна

аморфна	одушевлена
в итоге, размытый образ	в итоге, образ хорошего знакомого или даже друга

Представьте, как поменяется сила воздействия ваших обращений и рекламных писем клиенту, если он будет чувствовать, что к нему относятся, как к хорошему знакомому, и каждое слово в послании такое же простое, как слова в дружеской беседе. Уйдет официальность и появится доверие.

Теперь важный вопрос, как узнать кто ваш клиент. Я предлагаю вам следующую схему, которую использую с помощью интернета:

1. Предлагайте в обмен на легкий бонус (статья или небольшой отчет по вашей теме) заполнить анкету. Сделайте ее анонимной.
2. Проанализируйте данные и сформируйте образ вашего клиента.

Вне интернета поступайте точно также. Простая анонимная анкета на листе А4, которую вы даете в обмен на сувенир или любой другой бонус. При высоком уровне доверия можно и без бонуса.

Вопросы, которые я рекомендую включать в анкету. Для облегчения заполнения анкеты на выбор можете дать готовый список ответов:

1. Кто вы, мужчина или женщина?
2. Ваш возраст?
3. Чем занимаетесь? Профессия?
4. Сколько у вас детей?
5. Женаты? Замужем?
6. Ваши планы? Цели? Желания?
7. Какие вопросы вы добавили бы к анкете?

Анкета не единственный путь создать образ вашего клиента. Интересуйтесь людьми, беседуйте, спрашивайте и образ сформируется.

Рекомендация. Добавьте в описание немного юмора. Ведь, когда мы смеемся над нашими детьми, это не значит, что мы их не любим.

Настройка 4. Знать точно, что хочет рынок

Знание о том, что хочет рынок, складывается из двух пунктов:

1. То, что ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ. Например, через анкету или другой канал связи

2. Ваша СПОСОБНОСТЬ ВИДЕТЬ ТЕНДЕНЦИИ.

Чтобы выяснить, что хотят клиенты по первому пункту, просто задайте вопросы, которые касаются вашей деятельности. Станьте на место вашего клиента, и задайте вопрос себе, как эксперту, который знает почти все.

Популярные вопросы связаны с деньгами, здоровьем, отношениями.

Вопросы могут быть не популярны, но востребованы именно в вашей сфере деятельности.

Чтобы увидеть тенденции или будущее вашего бизнеса будьте инсайдером и аутсайдером:

1. Инсайдер внутри профессии более 2 лет. Цифра условна, и определяется в большей степени интенсивностью вашей работы. Как известно, одни люди за год делают больше, чем другие за всю жизнь.
2. Аутсайдер выходит за рамки профессии и смотрит на профессию взглядом постороннего наблюдателя. В такой позиции вы видите ниши и возможности.

Комбинация инсайдерского и аутсайдерского взглядов, дадут вам возможность видеть тенденции и будущее на 2-3 года вперед. Нельзя только опрашивать рынок в надежде получить правильный ответ. Часто рынок сам не знает чего хочет.

Стив Джобс, основатель Apple, формировал новый рынок компьютеров, смартфонов и планшетов, а не следовал за его желаниями. В скобках его цитата и мои комментарии:

Думай иначе. Новые идеи не приходят от сидения на месте. Говорите с людьми (позиция инсайдера), наблюдайте за миром (позиция аутсайдера), выберите из офисной клетки (позиция аутсайдера), задавайте вопросы (позиция инсайдера) и пробуйте. Стив Джобс

Тонкая настройка предназначения. Резюме

Знать точно, кто вы есть на самом деле. Общество навешивает ярлыки. Ваша задача снять их. Внутри вас живет супермен или звезда. Чаще всего это просто скрытые желания.

Знать точно, чего вы хотите. Эмоции важнее предметов. Предметы следствие эмоции. Вы никогда не получите или получите с большими усилиями, то что вам эмоционально не интересно. Лучше всего поможет упражнение - мой идеальный день. Задайте вопрос: чтобы я делал (делала), если бы не было ограничений, негативных последствий и финансовых обязательств?

Знать точно, кто ваш клиент. Думайте о клиенте в единственном лице. Общение и опросы помогут сформировать его образ. В письмах и рекламе обращайтесь к одному человеку. Забудьте про толпу.

Знать точно, что хочет ваш рынок. Не только спрашивайте клиента, что он хочет. Наблюдайте за рынком с позиции, как инсайдера (внутри), так и аутсайдера (снаружи). Так вы сможете не только знать, что хочет клиент сегодня, но и увидеть, что он захочет завтра.

Вопросы для размышления

- i. Если меняются наши желания и интересы рынка, то можно ли говорить о статичности предназначения до конца жизни?
- ii. Может стоить говорить о предназначении ближайших 3-5 лет, а потом вернуться к тонкой настройке еще раз?
- iii. Не наводит ли на вас скуку мысль, что у человека одно предназначение?
- iv. Можно ли говорить вслух о вашем предназначении?

До встречи.

Игорь Осипенко, минималист
IgorOsipenko.com

[Если остались вопросы, тогда кликните по ссылке и задайте вопрос](#)

[Посетите страницу с полным ассортиментом книг, аудиокурсов и видеотренингов Игоря Осипенко](#)