

Женя Бондаренко
Катя Сляднева



ХИТ ПРОДАЖ:

основано на реальных
офисных событиях

КАК УПРАВЛЯТЬ СВОЕЙ ЖИЗНЬЮ И РАБОТОЙ: СЕКРЕТЫ ВЕДЕНИЯ ПРОЕКТОВ

**Евгения Бондаренко
Екатерина Сляднева
Как управлять своей
жизнью и работой:
секреты ведения проектов
Серия «Звезда Рунета»**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67032644

Как управлять своей жизнью и работой: секреты ведения проектов /

Сляднева Екатерина, Евгения Бондаренко: АСТ; Москва; 2022

ISBN 978-5-17-146326-7

Аннотация

В детстве кажется, что менеджер – это человек в белой рубашке, который сидит за компьютером, улыбается коллегам, пьет кофе из светлой кружки и вообще доволен жизнью.

Если вы купились на это изображение и пошли по кривой, то знаете, что менеджер – это когда вы едете на велосипеде, а он горит. И вообще все горит, вы в огне.

Первая ошибка – думать, что вы потушите это пламя. Вы его не потушите.

Но можете закалиться и начать глотать горящие шпаги с ловкостью факира.

В этой книге вы найдёте несколько блоков и 224 страницы про организацию работы и жизни с помощью планировщиков и здравого смысла.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

Содержание

Введение	5
Как работать	9
Рассказать о себе	9
Объяснить свою ошибку	16
Конец ознакомительного фрагмента.	25

Екатерина Сляднева, Евгения Бондаренко Как управлять своей жизнью и работой: секреты ведения проектов

Введение

«Они готовы выпускать нашу книгу».

Кажется, с этого сообщения началась работа, результаты которой вы сейчас держите в руках, видите на экране или слышите в наушниках. Или нет – несколькими месяцами ранее, когда мы решили написать гайд «Как управлять своей жизнью и работой: секреты ведения проектов». Или так: ещё несколькими месяцами ранее, когда мы подумали – «как было бы круто, если бы на старте карьеры нам кто-нибудь дал всю необходимую информацию о том, как работать и как жить с работой». Или так: много лет назад, когда мы только начинали свои карьеры и не знали, как *сюда вставьте любую простейшую рабочую задачку*.

Почему-то никто никогда не объясняет, как читать смету

или составить нормальную презентацию. В школе мы учимся писать сочинения под копирку и запоминаем теоремы, но не знаем, как рассказывать свои идеи так, чтобы в них верили. А это кажется не менее важным.

В итоге получается так, что первые годы мы учимся на своих ошибках. В этом ничего плохого нет, но представьте: скипнуть несколько простых уровней, набрать очки опыта на стартовой точке и дальше двигаться быстрее и эффективнее. Правда, звучит круто?

Эта книга – то, чего много лет не хватало нам. Она родилась из гайда, в котором мы рассказали всё, что знаем о работе и жизни с работой. Итак, что было в нём и что будет в книге?

Вспомните детство. Тогда казалось, что менеджер – это человек в белой рубашке, который сидит за компьютером, улыбается коллегам, пьёт кофе из светлой кружки и вообще доволен жизнью.

Если вы купились на это изображение и пошли по кривой, то знаете, что менеджер – это когда вы едете на велосипеде, а он горит. И вообще всё горит, вы в огне, а в вас ещё и камнями кидают со всех сторон. Первой ошибкой будет думать, что вы можете потушить пламя и ехать дальше по ровной дороге. К сожалению, пламя мы не потушим никогда, но можем сделать своё в нём существование более комфортным.

В своём гайде мы собрали свой многолетний опыт по работе менеджерами в крупных и не очень компаниях, а за-

тем перенесли его в эту книгу.

Мы тоже ошибались: заваливали себя работой на месяц вперёд, работали в выходные, праздники, жили годами без отпусков, выгорали, плакали в туалете, отправляли клиентам внутренние сметы, делали провальные сметы и отчёты, которые стыдно показать.

Но в какой-то момент ты словно Феникс – горение уже приносит удовольствие, ты наступил на все грабли и в целом можешь любую задачу разложить на «почему этого лучше не делать».

Мы собрали несколько блоков с вопросами, которые сэкономили бы нам самим нервы на старте пути. Как жить: как просить прибавку к зарплате, как подготовиться к собеседованию, как не выгорать. Как работать: как писать брифы, как давать фидбэк, как общаться с коллегами, как давать правки, как делать презентации, как рассказывать презентации, как смотреть сметы. Как расти: как осознать сильные стороны и найти слабые, как вести большие проекты, как организовать работу всей команды.

Для книги мы дополнили эти разделы, а ещё написали новые (как жить, как всё успевать, как торговаться на старте работы). Мы постарались добавить ещё больше опыта, ещё больше историй, ещё больше рекомендаций, которые могут вам помочь.

И ещё много чего!

Надеемся, после прочтения горящий велосипед вас уже не

будет так сильно пугать.

Как работать

Рассказать о себе

Собеседование – первый шанс создать о себе правильное впечатление. Не имеет значения, на фрилансе вы или идёте работать в найм, презентовать себя – важный навык, которому, к сожалению, нигде не учат. Конечно, мы редко знаем заранее, кто будет нас собеседовать, в каком настроении этот человек, какие у него цели (например, рекрутер иногда хочет скорее закрыть вакансию, а руководитель проверить вас на стрессоустойчивость, задавая сложные вопросы, окуная сразу в кризисные ситуации). Но есть несколько вещей, которые мы можем сделать заранее, чтобы чувствовать себя увереннее.

Важная ремарка: авторки этой книги не рекрутерки, мы не сможем на 100 % подсказать, какие вопросы ждут вас на собеседовании в той или иной сфере. Но мы можем поделиться своим опытом собеседуемых и собеседующих в компаниях, занимающих лидирующее место на рынке.

Ниже – несколько рекомендаций для тех, кому предстоит интервью.

Быть проактивным. Во многих статьях о том, как подготовиться к собеседованию, пишут, что надо знать всё о ком-

пании, куда вы пытаетесь устроиться. Это так, но можно сделать ещё один шаг – и на собеседовании предложить готовые решения для бренда. Например, вы устраиваетесь диджитал-менеджером, будете вести соцсети. К собеседованию подумайте: что бы вы изменили в соцсетях бренда? С чего бы начали свою работу? Инкорпорируйте это в разговор; не обязательно для этого «мочить» нынешнего диджитал-менеджера и говорить, что в социальных сетях всё чудовищно плохо, но предложить пару улучшений вполне можно: «у вас отличный визуал в ленте, но я бы добавил(а) больше видео – кажется, с их помощью можно лучше показать вашу одежду, да и вовлечённость у видео может быть выше». Это покажет вас как взрослого, ответственного человека, который в состоянии изучить предмет обсуждения.

Приготовиться отвечать на вопросы по тестовому заданию. Любое решение, которое вы предложили в тестовом задании, вы должны уметь объяснить. Попробуйте делать это с точки зрения целей компании. Возьмём, к примеру, вакансию инфлюенсер-менеджера для молодого российского бренда кашемировых свитеров с ценником выше среднего. Ваше тестовое задание – собрать подборку блогеров, у которых вы будете выходить. Скорее всего, в вашей подборке – героини, у которых очевиден хороший достаток. Это обосновывается тем, что бренд находится в верхнем ценовом сегменте. Это героини, которые с удовольствием носят российские бренды, – так наша интеграция будет выглядеть наи-

более нативно. Это героини, у которых есть работа и хобби за пределами Инстаграма, потому что их аудитория, скорее всего, ведёт такую же наполненную жизнь, а не просто подписана ради красивых картинок (в этом ничего плохого нет!).

Будьте готовы всё это рассказать возможному работодателю. Когда вы делаете тестовое задание, спрашивайте себя, почему вы принимаете то или иное решение, как это может помочь бизнесу?

Нормально, если сейчас вы чего-то не знаете, например, вы не можете знать, что у бизнеса есть внутренний фотограф на окладе, поэтому можете принести в тестовом задании несколько фрилансеров, специализирующихся на съёмках одежды и кашемировых свитеров. Но будьте готовы аргументировать: почему эти люди, что нам это даст, сколько это стоит.

Хорошо знать свою индустрию. Продолжим пример нашего диджитал-менеджера, который будет вести социальные сети бренда и работать с инфлюенсерами. CPM, ER, рилсы, utm-метки – это всё должны быть не пустые для вас слова. Освежите знания перед собеседованием – это не мешает. Посмотрите на конкурентов, это тоже важно: было ли что-то яркое от них в инфополе в последнее время?

Рассказывайте о своём опыте с точки зрения того, что важно для вашего интервьюера. Если ваша работа будет связана с развитием каналов продаж – говорите про это. Гово-

рите о том, сколько продаж вы сделали на прошлом месте, какая была стоимость привлечения, как вы это отслеживали. Если ваша работа будет связана с инфлюенсерами, расскажите про свои самые классные интеграции, какие результаты принесли эти выходы, с кем был хороший опыт работы, а с кем было тяжело. Поймите, что важно для человека, который сидит напротив вас, и говорите именно об этом.

Готовьтесь решать кейсы на собеседовании. В некоторых компаниях вам могут предложить прямо на собеседовании решить какой-то актуальный кейс для бренда – например, «нужен ли нам ТикТок». В таких случаях от вас не требуют готового ответа; часто они сами не знают, нужен ли. От вас требуется рассуждать вслух: «несмотря на то, что аудитория ТикТока за последний год сильно выросла, и её ядро теперь 18–24, я не уверен(а), что стоит туда идти. Кажется, наш бренд всё-таки для женщин 30–45. Кстати, можно же просто сделать один ролик и запустить его в промо. Посмотреть, принесёт ли он нам что-нибудь. Если да – можно и аккаунт попробовать вести». И не стесняйтесь брать минуту на размышления – это всяко лучше, чем спонтанный поток мыслей.

Также нет ничего страшного сказать словами, что вы к этому вопросу не готовились, но сейчас будете фантазировать и решать задачу на ходу, потому что решение требует детального анализа и подхода. Опять же, не бойтесь проявлять себя как вдумчивого, ответственного за свои слова че-

ловека.

Одна из авторок – КМС по проведению собеседований в креативной индустрии. Возможно, её опыт поможет вам избежать некоторых ошибок при устройстве на работу.

Самые частые ошибки были такими:

- человек опаздывает на собеседование, не предупредив собеседующих. Это автоматически снижает шансы на положительный ответ, даже если в вашей компании принято приходить когда угодно – здесь, скорее, смотрят на общий уровень ответственности и заинтересованности;

- человек не задаёт вопросов: странно, когда у соискателя их нет;

- человек превратил собеседование в стенд-ап или монолог о своей жизни и её тяготах. Нет ничего плохого в том, чтобы пошутить, немного рассказать о себе, но бывали и такие случаи, когда соискатель не давал вставить слова рекрутеру;

- соискатель поливает грязью бывших коллег и прошлую работу. Бывало и такое, что человек ещё не уволился, но уже говорит, что в это поганое место он больше ни ногой. Здесь важно проявить зрелость и мудрость: даже если ваша работа сейчас не сахар, ваш начальник орёт на вас 24/7, а коллеги токсичнее, чем маги на Битве Экстрасенсов в битве за волшебную руку, задумайтесь: хочет ли новый работодатель это слышать?

А не появится ли у него мысль, что через год вы будете сидеть на другом собеседовании и точно так же поливать грязью его компанию и его самого? Если у вас сейчас действительно очень проблемный проект, так и скажите. “Да, у меня сейчас есть определённые проблемы, справляться с которыми я немного устал – они касаются отношений с руководителем. Наверняка, можно это как-то исправить, но я уже не готов дальше предлагать решения”. Или: “К сожалению, я считаю некорректным раскрывать подробности проблемного проекта, но я понял, что мне нужно двигаться дальше”. Потом за чаем расскажете, когда вас возьмут на работу и добавят во все секретные чатики. С ноги это делать не нужно.

Всегда помните, что планета – очень маленькая, ваш сосед по столу может оказаться другом или экс-коллегой того самого токсичного босса. Вдруг у них хорошие отношения, откуда вам знать?

Есть такое правило: *правило лифта*. Оно больше актуально для агентств, которые ездят к клиенту защищать презентации, но и в случае с собеседованиями срабатывает.

Никогда не обсуждайте в лифте бизнес-центра прошедшее собеседование. *Ни-ког-да*. Не звоните маме, мужу, подруге из курилки бизнес-центра, из кофейни внизу. Выдохните, пройдите до метро, сядьте на скамейку – и вот вы уже готовы разговаривать.

Во-первых, снизится вероятность стоять в очереди за американо с лучшим другом человека, о котором вы высказы-

ваетесь не совсем хорошо. Во-вторых, вы пройдёте пешком, и пар спадёт, вы будете готовы к адекватной безэмоциональной оценке.

И в заключение этой главы совет: не бойтесь быть проактивными и вне собеседования.

Если вам долго не отвечают, напишите нанимающему менеджеру, рекрутеру (только в рабочее время и часы!). Уточните, не потерялось ли ваше резюме, не нужно ли ещё дополнить ваше тестовое задание или ответить на дополнительные вопросы. Бывает и такое, что резюме теряются, рекрутеры уходят в отпуск или болеют, вам ещё не успели отправить дополнение к тестовому. Своей проактивностью вы выразите дополнительную заинтересованность.

Но не переходите грань – навязчивым быть не нужно. Навязчивым – это отправить резюме в 12:00, а к 12:15 уже писать рекрутеру, прочёл ли он сообщение. В субботу. 1 января. Потому что вам просто ну очень хочется!

Ещё один совет: никогда не врите. Планета очень маленькая, и никто не может гарантировать, что на вас не запросят отзывы с прошлого места работы. Если вы внимательно прочитали эту подглаву, то уже знаете, что не стоит на чём свет стоит проклинать своих экс-боссов и коллег, но дипломатично сказать причину своего ухода вы всегда можете.

Объяснить свою ошибку

Есть простая истина, которую необходимо принять в самом начале карьерного пути: ошибаются все. Факапы, провалы, неудачи их можно называть по-разному, но встречаются они а) как у тех, кто только-только начал работать, так и у профессионалов; б) в любой индустрии; в) самых разных масштабов и форматов: от ошибки в коде у разработчика до неправильно сведённой сметы у менеджера.

Причин, по которым мы допускаем ошибки, – множество. Вот лишь несколько из них:

- *перегруз на работе, когда вы чисто физически не можете уделить достаточно внимания всему, чем должны заниматься; как следствие – постоянный стресс, низкая концентрация, скачущее внимание.* Если добавить к этому коктейлю общий высокий темп компании, то ошибки станут частым делом как для новичка, так и для сурового опытного менеджера.

Например, когда одна из авторок работала в рекламном агентстве, общий темп был настолько высоким, что заканчивая один тендер, мы сразу переходили к следующему или пилили несколько параллельно. Неудивительно, что в таком темпе люди отправляли внутренние сметы вместо внешних

(внутренняя – это когда вы ставите расходные цены без маржи и прочих фокусов), забывали на презентацию флешки с материалами, пропускали важные слайды или... Просто просыпали важные встречи. Потому что организм не может постоянно жить в режиме натянутой резинки, ему нужно отдыхать по-настоящему, а не «ну, тендер подождет, я пока сделаю смету – отдохну».

- *Вы мало обращаете внимание на детали.* Это не плохо само по себе, но, возможно, сфера, в которой вы работаете, требует максимальной вовлечённости даже в крохотные аспекты вашей работы.

Нормально не обращать внимания на детали, когда вы условный творец. Но и творцам (креаторам, арт-директорам) приходится уделять много внимания мелочам – как минимум в креативной сфере нужно проверять любой проект на возможные риски. И таких деталей масса.

По-хорошему, нужно составить себе чек-лист по каждой из работ, особенно если вы отвечаете за результат. Например, если вы менеджер, который принимает дизайн, то прописать, на что обратить внимание и что будет являться блокером. Условно: проверить логотип, написание бренда, наши ли цветовые сочетания, вычитывался ли текст на баннере с корректором, все ли заинтересованные посмотрели и согласовали.

И так можно сделать по любому виду работ.

Вот, например, как можно проверять текст, если вы, допу-

стим, smm-менеджер, который работает с копирайтером на аутсорсе:

- Текст смотрел корректор?
- В тексте нет рисков? Проверяем на всевозможные отсылки к политике, религии, повестке, мировым событиям – тут зависит от вашей сферы, но, например, шутить про религию и войну – ужасно всегда, везде и для всех.
- Доносит ли текст целевое сообщение? Что я, как пользователь, получу от текста, когда прочту его в социальной сети?
- Соблюден ли TOV (tone of voice бренда)? Вы убедились, что соблюден, мы везде пишем «вы», обращаемся уважительно и вообще не шутим про мамку (если вы отвечаете за социальные сети и любые креативные материалы и живете без этого документа – срочно не живите без него, запросите в маркетинге или составьте для своей зоны ответственности). В этот файл должны быть внесены все аспекты от тем, про которые мы никогда не говорим и на которые не шутим, до того, используем ли мы эмоджи и какие, если да.
- Правильно ли склоняется бренд?
- Кавычки какие? Ёлочки? А тире у вас длинное? Точки везде стоят? В некоторых брендах, например, регулируется даже то, пишем ли мы букву й или ё. Это важно учитывать.

Вернёмся к причинам наших ошибок:

- *вы только начали работать в новой для себя сфере*

и сразу получили слишком большую для себя зону ответственности. Во-первых, давайте проговорим, что погружать новичка – задача руководителя. Если он не делает это самостоятельно, то у него должна быть настроена система, в которой вас погружает HR, коллеги, которые работают в отделе/компании несколько дольше и могут подсказать, где здесь кулер, а где курят. Будем честны, на старте вы всё равно запомните процентов десять новой рабочей информации, а вот расположение уборных, кофемашины и курилки знать важно. Вы вполне можете требовать погружения вас в работу.

Если вдруг ваш руководитель и смежные коллеги делать этого не собираются, то будьте проактивны:

- назначьте руководителю встречу на 10 минут, где вы с ним обсудите вопросы: вы можете прямым текстом сказать, что вам нужно погружение, знакомство с коллегами и прочими прелестями офиса, а он может ответить, что времени нет, но делегировать это кому-то из команды;
- если с руководителем совсем тяжело (такое бывает), посмотрите по сторонам. Кто тут самый приятный? Подойдите к коллеге и словами через рот попросите о встрече-погружении. Дальше действуем по той же схеме, что в предыдущем пункте: ставим встречу на 10 минут и обсуждаем, чего вам не хватает;
- если вы переживаете, что отнимаете у коллеги много времени, то проводите каждый день 5-минутные стендапы

(это не то, что вы подумали, а когда ногами стоят у кулера), на которых вы задаете вопросы за день, а коллега или руководитель быстро отвечают;

- спросите у руководителя и коллег гайды и регламенты: во многих компаниях всё уже собрали для вас, нужно просто вдуматься, вчитаться и всё станет понятнее;
- записывайте свои вопросы и предупредите окружающих, что вы будете их задавать. Лучше заранее уточнить у руководителя, к кому с каким вопросом можно приходить, чтобы не терзать дизайнера, когда мы заплатим подрядчику;
- если вы находитесь на проактивности уровня 1000, то знакомьтесь. Назначьте встречи на кофе с каждым из новых коллег и смежных подразделений, обсудите голосом, кто чем занимается, и где вы пересекаетесь. Это очень упростит вашу жизнь, когда нужно будет оплатить подрядчика, а вы первый раз видите своего менеджера по документам, но уже очень что-то от него хотите.

Итак, мы разобрали лишь три причины ошибок из, опять же, множества возможных. Как минимум столько же существует причин, по которым мы так тяжело эти ошибки переживаем:

- *«синдром отличника», который вы протащили из детства во взрослую жизнь*; или то самое «я плохой, если получил тройку, четвёрку», «меня будут любить, только если я буду хорошо учиться». Для многих из нас, к сожалению,

рабочие факапы всё ещё воспринимаются как кризис личности. Мол, я плохой, потому что у меня не получилось, а не «окей, я не смог качественно выполнить эту задачу, нужно посмотреть на неё сверху и оценить, что и где пошло не так».

Здесь важно напомнить, что любой факап нужно оценивать с точки зрения уровня критичности и вовремя сообщать о нем всем заинтересованным лицам. Критичность – это подумать, прежде, чем плакать в туалете, действительно ли пропущенная запятая в посте аккаунта бренда стоит огромного разбора полетов. Или мы можем быстро её поправить и подумать, что сделать в будущем, чтобы подобное не повторялось. Например, дополнительно давать на вычитку корректору.

Когда одна из авторок работала в рекламном агентстве, там было нормой устраивать разбор полётов за каждую пропущенную запятую. Но проблема была в том, что такой разнос заканчивался наказанием виновных, а не выводами. Условно, на разборах полётов мы можем проговорить ситуацию с самого начала, найти проблемные точки, определить, как мы будем их исправлять в будущем. Или обсудить, что команда в перегрузе и нужно распределять проекты. Или выделить ресурс для дополнительной проверки, прописать регламент.

Пример смешного факапа от нашей коллеги: «любимый провал – выписать промокодов на полтора миллиона вместо 150К. Казалось бы – ну просто деактивируй промы, извинись

перед людьми и посмейся; но нет, я тревожилась так, будто конец света».

И от ещё одной коллеги (имена и проекты удалены): «я как-то, будучи журналистом, перепутала в отчетности компании убыток и прибыль и дала новость про убытки компании, хотя у них все прибыльно было. Компания публичная, новость начали перепечатывать, что начало отражаться на акциях компании. Мы, конечно, все поправили, но *стресс*».

Может быть, ещё?

«А я один раз перепутала имя спикера, назвала его другим именем, он меня обо*рал при всех и послал».

«На текущем месте работы я однажды убеждала вышестоящего коллегу в том, что он не прав, просто потому что не в ту таблицу посмотрела. Он был прав».

«Прошлым летом мы срочно хотели дать статистику по ключевому показателю наших проектов. Цель была – отразить, что эта цифра снижается. Я тогда только пришла, мне дали адский дашборд, в котором было ничего не понятно, я что-то вытащила и посчитала: вроде реально снижается. Написала новость, мы ее согласовывали по 125 раз, дня три на это потратили. А потом коллега перепроверил цифры и оказалось, что я накосячила и неправильно посчитала. Показатель снижается, но не на 30 %, а на 15 % (для моей индустрии это существенная разница). Я тогда *так* получила! К счастью, мы это наружу не успели отдать. Это кейс про внимательность. Ничего страшного не произошло, но было очень

стыдно. И сейчас, прежде чем что-то делать, я перепроверяю по миллиону раз с аналитиками и со всеми причастными».

«Выкатывали масштабное обновление программы, под это было запланировано мероприятие. Мы массово уже всем об этом рассказали, написали английский релиз, который должен был быть копией российского. Я видела предпоследнюю версию, а потом наши международные коллеги внесли корректировки. И там были цифры, которые *нельзя* было показывать – непонятно, откуда они их взяли. Так как это было в штатах, все вышло ночью, утром увидел босс, который настучал другому боссу и всем вообще. Мы быстро все убрали, но был жуткий скандал, за который мне прилетело».

• *Гиперответственность, которая мешает признать, где заканчивается ваша ошибка и начинаются внешние факторы, на которые вы не могли повлиять*; или ошибки других коллег, за которые вы просто не можете отвечать. Здесь помогает прежде всего рекап (анализ произошедшего) по задаче – если ваша команда на это не готова (такое бывает), сядьте в уголке и распишите на листочке, где и что пошло не так.

Такая простая рефлексия без «Ваня дурак, потому что сдал кривой текст» помогает найти болевую точку и подумать, была ли там ваша вина, что вы могли сделать, как повлиять? Если никак – что ж, может, и вину на себя брать не нужно. Если могли, то как вы в следующий раз проконтролируете Ваню? Чем поможете Ване?

Одна из авторок даже ходила к рабочему психотерапевту с проблемой. Она заключалась в том, что документооборот медленно оплачивает подрядчика, и авторка чувствовала за это свою вину. Хотя, по факту, простая декомпозиция по-могла бы понять, где всё ломается и куда бежать – условно, выписать проблемные задачи, созвониться с их исполнителем и уточнить, почему всё так. Не получилось – значит, эскалировать своему руководителю и поднять красный флаг, мол, мы не платим, бежим разбираться.

Иногда ваши запуски просто ломаются – грузовик с товаром застрял на таможне (реальный кейс одной из авторок со времён работы в бьюти-индустрии. Вы можете полгода пилить сайт, брифовать блогеров и готовить магазины, но фура стоит на таможне, а таможня её не планирует выпускать. Неурожай бахчевых культур, которые вы продаёте. Вы можете сидеть и плакать в туалете и страдать, что не поехали лично становиться фермером и выращивать арбузы, тогда-то всё точно получилось бы нормально, ведь делали бы вы! Ну и что, что вы не фермер), а можете выдохнуть и приступить к другим задачам, на которые действительно можно повлиять.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.