

## Регалии

Если у вас много дипломов, наград и премий, вы лауреат международных конкурсов или носите почетные звания — это прекрасно. Но в тексте о себе это может оказаться бесполезным, если не объяснить пользу от этих регалий.

Допустим, человек много и хорошо учился, и теперь предлагает свои услуги. Какие выводы вы можете сделать из его регалий?

Я выпускник ин. яз. МГУ, кандидат педагогических наук, многократный призер российских олимпиад по английскому языку. Обладатель сертификатов Оксфордского университета: FCE и CAE. Автор многочисленных работ в области ИКТ в преподавании иностранных языков.

Этот юноша, судя по всему, недурно провел студенческие годы и хорошо знает английский. Если вы хотя бы немного разбираетесь в преподавании английского, вы сможете сделать вывод, что этот человек неплохо говорит по-английски. Но какой от этого толк? Умеет ли он преподавать? Сравните с этим юношей:

Я преподаю английский детям и взрослым с 2008 года. За восемь лет я опробовал все современные методики и знаю, какие из них лучше подходят для индивидуальных и групповых занятий, с мотивированными и немотивированными студентами, в расслабленном и интенсивном режиме. Я знаю, как выстроить учебный процесс, чтобы успеть подтянуть знания к ЕГЭ у школьника или поддерживать уровень английского у взрослого для работы.

Во втором тексте меньше регалий, но больше подробностей о работе, которые показывают опыт и знания. Во второй текст веришь гораздо больше как раз благодаря таким деталям.

Когда есть подробности, можно добавить к ним и регалий тоже — но только тех, которые относятся к теме текста. И только так, чтобы они были понятными:

Я преподаю английский детям и взрослым с 2008 года. За восемь лет я опробовал все современные методики. Я знаю, как выстроить учебный процесс, чтобы успеть подтянуть знания к ЕГЭ у школьника или поддерживать уровень английского у взрослого для работы.

Чтобы закрепить официальный статус преподавателя, я защитил диссертацию по педагогике. Тема диссертации — адаптация учебных программ под задачи студентов в частной преподавательской практике. Также преподавательские навыки подтверждены международным сертификатом преподавателей английского языка CELTA.

Юноша молодец: его диссертация как раз соответствует профилю работы. Если бы он защитил диссертацию по теме «Преподавание английского с помощью информационных технологий», ему пришлось бы притягивать эту тему за уши к своему рассказу.

Главная проблема с любыми регалиями в том, что из них не следует никакой очевидной прямой пользы. Любую регалию придется объяснять с этой точки зрения. Или не писать о ней.

**Любую регалию  
придется объяснить**

## Награды, дипломы и достижения

Дипломы, победы в конкурсах, гранты и членства в организациях — это прекрасно. Но как и другие регалии, их придется объяснять. Попробуйте без объяснения разобрать, что имели в виду авторы:

Я обладатель премии «Золотой клик» и «Серебряная паутина 2016» в номинации «Лучший сайт некоммерческой организации». За моими плечами более десятка номинаций на российские и международные конкурсы дизайна.

Я член Российского союза дизайнеров, почетный член Российской академии промышленного дизайна, почетный доктор Международной академии визуальных искусств.

Я председатель члена жюри ежегодного конкурса российского союза дизайнеров «Пыльная палитра».

Из этих фрагментов видно, что авторы — заслуженные деятели дизайнерских союзов, частые гости на конкурсах и в принципе видные и уважаемые люди. Но у нас как у простых читателей вопрос:

### «А сайт-то вы нам сделаете?»

И эти фрагменты не дают на него ответа. То, что человек хорошо разбирается в дизайне, следует из них лишь косвенно.

А для практиков дизайна членство в ассоциациях и профсоюзах вообще может прозвучать как тревожный сигнал — вдруг человек в жизни только и делает, что присутствует на собраниях своего союза? Такие регалии могут нанести вред.

Чтобы членство в организациях и премии не выглядели пустым звуком, рассказывайте, какая от этого польза вашим клиентам:

В 2015 году созданный у нас сайт для компании «Технопарк» стал победителем конкурса «Народный сайт» в номинации «Лучший сайт интернет-магазина». Жюри из двухсот пользователей дали высшую оценку удобству, скорости и качеству наполнения сайта.

Как член российского союза дизайнеров я участвую в улучшении городской среды в Краснодаре. Вместе с коллегами из студий урбанистики мы улучшаем парки и аллеи, проектируем новые общественные пространства и осваиваем заброшенные здания.

Как урбанист я анализирую потоки людей в городе и разрабатываю новые сценарии использования привычных пространств. Эта работа полезна не только на улицах, но и в офисных и торговых центрах. Мне было бы интересно создать в Краснодаре торгово-развлекательные центры, которые помогали бы краснодарцам развлекаться, воспитывать детей и культурно развиваться.

Я председатель члена жюри дизайнерского конкурса «Пыльная палитра», поэтому лично знаком с тремя сотнями дизайнерских студий в России. Если вам нужны дизайнеры или проектировщики с опытом в конкретной отрасли или особыми навыками, я буду рад подсказать нужную команду или проектное бюро.

Несмотря на то, что в последнем случае автор не оказывает коммерческих услуг, он всё равно полезен читателю: может посоветовать кого-то конкретного под особую задачу. А теперь почувствуйте, сколько сразу уважения к этому человеку.

## Как рассказывать о клиентах

Отдельный вид хвастовства — демонстрация своих клиентов. Смотрите, мол, с какими серьезными компаниями мы работаем!

### Работаем со Сбербанком, Газпромом, и Сколковским технопарком

Вы уже достаточно много прочитали, чтобы понимать, что это бесполезное хвастовство. Знание о том, что вы что-то делали для Сбербанка, никак не поможет мне как клиенту — даже если я представляю «Альфа-банк».

Чтобы рассказ о клиентах стал полезным, расскажите, что именно вы делали для этих клиентов, с какими трудностями столкнулись и как их решили. Это подлинный профессионализм:

Обновляем ковролин во всех отделениях Сбербанка в Москве и Петербурге. Для этого у нас работают две смены монтажников, которые ежедневно ездят по офисам и проверяют состояние ковровина. Если что-то не так — сразу заменяем на новый.

Обслуживаем все ковровые покрытия в центральном офисе Газпрома: чистим, восстанавливаем и меняем ковры ночью так, чтобы утром никто не заметил, что здесь был ремонт. Для офисов топ-менеджеров используем микроволокнистые покрытия: на ощупь они приятнее, чем натуральный мех.

Каждые выходные чистим все полы в Сколковском технопарке. Это двадцать тысяч квадратных метров пола под офисной мебелью и в конференц-залах.

Подбирайте такие детали, чтобы они говорили о вас как об эксперте. Избегайте общих слов, которые могла бы сказать о себе любая компания:

#### Нет: общие слова

Каждый день мы трудимся в поте лица, чтобы обслуживать таких крупных клиентов как Газпром и Сбербанк.

#### Да: подробности

Каждый день мы загружаем зернами восемьсот кофемолок в офисах Газпрома и Сбербанка. Чтобы обслуживать это хозяйство, мы обжариваем новую партию зерна каждую ночь на шести ростерах, а утром в кофемолках оказывается свежий кофе.

Наш крупнейший клиент — «Билайн».

Для «Билайна» мы каждый год проводим выездные тренинги на 2000 человек. Мы умеем вести большие мероприятия и делать так, чтобы двум тысячам людей не было скучно. А еще умеем контролировать большие пьянки, чтобы никто не пострадал и никому не было стыдно.

Такие примеры не только рекламируют вас, но и обучают клиента. Он узнаёт, что можно заказывать и такие услуги тоже. Например, он не знал, что можно заказывать кофе сразу на весь офис. Теперь он знает, и вы в его глазах стали специалистами по корпоративным поставкам кофе.

Когда вы освоили сценарии и подробности, для убедительности вам больше не нужны крупные компании. Вы будете звучать убедительно, даже если будете делать работу для маленьких и неизвестных. Дело не в именах, а в том, как вы о них рассказываете:

**Нет: скучно о крупных**

Мы работаем с «Интелом» и «Микрософтом».

**Да: интересно о мелких фирмах**

Для московской школы №1989 мы сделали систему беспроводного интернета, которая не дает детям отвлекаться на уроках...

Мы — генеральный поставщик строительных компаний «СМУ-21» и «СМУ-39».

В 2015 году мы построили первую партию мобильных домов для кемпинга «Лесной». Дома собираются за полчаса, принимают любую конфигурацию, и в них удобно жить при температуре до +5°C. В них живут...

Мы официальный поставщик Кремля.

Мы поставляем продукты для столовых в частных школах «Юнона». Для детского питания мы используем только специально отобранные и обработанные продукты: мясо поставляем с собственной...

Авторы, которые пишут о своих связях в больших компаниях, автоматически предполагают, что имена этих компаний вызывают у нас священный трепет. И они вызывают, чего уж там... Но этот трепет — не повод срочно обращаться в эти компании. Даже наоборот: такое хвастовство отпугивает.

Допустим, человек организовал мини-гостиницу в красивой отреставрированной коммуналке в Санкт-Петербурге. Ему нужен интернет, но не абы какой, а в соответствии со всеми российскими законами: чтобы с подтверждением личности, фильтрацией и всеми необходимыми для таких случаев разрешениями.

Человек открывает сайт оператора беспроводного интернета и видит там такие фразы:

крупнейшие, лучшие, оптимальные, эффективные, выдающиеся; клиенты — «Билайн», «Йота», «Теле-2», МТС; любой город, любой масштаб, ничего невозможного.

«Это все, конечно, здорово, — думает человек, — Но кажется, что вы слишком большие для меня. Поищу кого-то поменьше». И закрывает страницу.

Жаль, что он так и не узнает, что этот текст написала очень неуверенная в себе компания, которая просто хотела показать себя с лучшей стороны.

А вот компания, которая рассказала о себе просто и честно:

Мы оператор связи и беспроводного интернета. Делаем так, чтобы в небольших кафе, ресторанах и гостиницах гости были на связи, а владельцы — продвигали свои продукты и повышали продажи.

Мы знаем все особенности подключения интернета в общественных местах: умеем настраивать авторизацию, собирать персональные данные и идентифицировать людей в соответствии с законом. Заведения, которые мы подключаем к интернету, не платят штрафы во время проверок.

Чтобы помогать владельцам заведений продвигать свои продукты, мы создали инструменты рекламы при входе в интернет....

Знание деталей, честность и польза всегда побеждают.