

ГАРМИН ГАЛЛО



New York | Chicago | San Francisco | Lisbon | London | Madrid | Mexico City | Milan
New Delhi | San Juan | Singapore | Seoul | Sydney | Toronto | Ulaanbaatar

СТИВ ЖОБС **ба**
ТҮҮНИЙ ИЛТГЭХ
УРЛАГИЙН ГАЙХАМШИГ

Хэрхэн ямар ч сонсогчдыг
байлдан дагуулж, сэтгэл зүрхэнд нь
хоногших вэ?



Стив Жобс ба түүний илтгэх урлагийн гайхамшиг

Гармин Галло

Зохиогчийн тухай

Гармин Галло нь илтгэх урлаг, олон нийтийн харилцааны багш бөгөөд Intel, IBM, Chase, Nokia, The Home Depot, Clorox, Dreyer's, Bank of America, Sandisk, Cranium, Hyundai гэх мэт дэлхийн шилдэг компаниудын менежер, захирлууд түүний үйлчлүүлэгч билээ. Үүнээс гадна Галло нь сэтгүүлч ба 15 жилийн турш CNN, Fox, CNET, CBS гэх мэт телевизүүдэд ажилсан, “Emmy”-гийн шагналтан нэгэн юм.

Стив Жобс ба “Apple” компанийн түүх

Энэ дэлхийг өөрчилсөн гурван алим бий гэж Америкчууд ярьдаг. Нэг нь дэлхийн хамгийн анхны эмэгтэй Евагийн хазсан алим, нөгөөх нь Исаак Ньютоны толгой дээр унаж дэлхийн таталцлын хуулийг нээхэд хүргэсэн алим, гурав дахь нь алдарт Стив Жобсын үндэслэсэн “Apple” корпорацийн билэгдэл бүхий алим. Хэдийгээр наргиа хэдий ч “Apple” корпораци нь хүн төрөлхтний амьдралын хэв маягт үнэхээр хүчтэй нөлөө үзүүлсэн цөөхөн компаниудын нэг билээ. Хамгийн анхны хулгана бүхий гэрийн компьютер, гайхалтай нимгэн нөүтбүүк, анхны “iPod”, гар утасны ертөнцөд хувьсгал авчирсан “iPhone” гэх мэт тэдний агуу бүтээлүүдийн жагсаалт уртаар хөвөрнө.

Харин энэ бүх технологийн гайхамшигууд нь тэртээ 1976 онд 21 настай залуухан хүү найзтайгаа хамтран компьютер бүтээж, дэлхийн түүхийг өөрчлөх агуу мөрөөдөл өвөрлөн байгуулсан “Apple” хэмээх даруухан хэрнээ өвөрмөц нэртэй компаниас эхлэлтэй билээ.

Харин “Apple”-ийн энэ их амжилтууд нь Стив Жобсын мятрашгүй хүсэл эрмэлзэл, өөрийн бараа бүтээгдэхүүнийг дэлхий нийтэд танилцуулах түүний илтгэх урлагийн хосгүй авьяастай нягт холбоотой юм.

Тиймээс “Apple” компани, Стив Жобсын илтгэх урлагийн ертөнцөөр аялахаас өмнө түүний сонирхолтой амьдралын талаар товч өгүүлье.

Бага нас

Стивен Пол Жобс нь 1955 оны 2 сарын 24-нд Калифорни мужийн

Сан Франциско хотод мэндэлжээ. Түүний төрсөн ээж аав нь болох Жоанне Симпсон болон Абдулфатта Жандали нар нь бага байхад нь түүнийг дундаж орлоготой, Маунтайн Вьюгийн оршин суугч Полл болон Клара Жобс нарт үрчлүүлсэнээс хойш Маунтайн Вьюгээр овоглох болсон байна. Түүний өргөсөн эцэг машинист, эх нь нягтлан бодогчоор ажилладаг байв.

Өсч нас биед хүрснийхээ дараа Жобс, өргөсөн эцэг эхээсээ хөндийрсөн бөгөөд түүний төрүүлсэн эцэг эх нь төгсөх курсын оюутан байхдаа хүүгээ төрүүлсэн бөгөөд оюутнууд тул хүүхдээ өсгөн хүмүүжүүлж чадахгүй хэмээн хүнд өргүүлсэн ба төрсөн эцэг нь Сирийн Муслим шашинтан, Америкт 18 настайдаа цагаачилж ирсэн, Невадагийн “Reno” казиногийн дэд ерөнхийлөгчийн бие хамгаалагчаар ажилладаг болохыг мэджээ.

Хожим Жобс төрүүлсэн эхийгээ хайж байгаад төрсөн эмэгтэй дүүтэй болохоо мэдсэн юм. Түүний дүүг Мона Симпсон гэдэг бөгөөд эцэг нь хаян явсан тул эхээрээ овоглодог мөн зохиолч болсон байжээ. Тэд уулзацгаасныхаа дараа Жобс, Симпсон нар дотно харьцаатай байсан. Энэ тухай тэр “New York Times” сонинд өгсөн ярилцлагандаа “Бид нэг гэр бүлийн хүмүүс. Тэр миний хувьд хамгийн дотно найз нарын маань нэг. Би түүн лүү өнжөөд нэг утсаар ярьж, байнга уулзацгаадаг” гэсэн бол эмэгтэй дүү нь өөрийн хамгийн алдартай “Anywhere But Here” номоо би ах Стивдээ зориулж бичсэн гэжээ.

Жобс 13 настайгаасаа сүмд явахаа больсон байна. Нэг өдөр “Life” сэтгүүлийн нүүрэн дээрээс өлсгөлөн хүүхдүүдийн зургийг олж хараад багшдаа энэ талаар хэлтэл ямар нэгэн тодорхой хариу хүлээн аваагүй тул сүмд очихоо больж, амьдралынхаа туршид христийн шашинг эргэн шүтээггүй ажээ

1950 оны үеэр Санта Клара Коунти нь силикон хагас дамжуулагч хийдэг компани ихэд олширсон учир “Силикон Валли” буюу “Цахиурт хөндий” нэртэй болсон билээ. Тэгвэл Жобс нь яг л энэ дүүрэгт буюу амралт мэдэхгүй ажилладаг инженерүүдийн гол цөм нутагт бага насаа өнгөрөөсөн юм. Энэ нь ч түүний ирээдүйн хүсэл мөрөөдөл болох цахим ертөнцтэй анхлан танилцуулсан байна.

цагаас хойш электроникд хорхойтой болсон Стив 12 настай байхдаа сонирголоороо радио угсарч байгаад эд ангиуд нь дуусахад “HP” компанийн захирал Уильям Хьюлетт руу угасдаж “Намайг Стив Жобс гэдэг. Би давгамжийн тоолуур угсарч байгаа юм. Танд надад зарим нэг эд ангиар туслах арга байна уу” гэжээ. Огт танихгүй хүүхэд ийн залгахад Уильям хэдий гайхсан ч гэсэн түүний өөртөө итгэлтэй зан таалагдаж, хэрэгтэй гэсэн эд ангиудыг нь олж өгч зуныхаа амралтаар компанидаа ирж ажиллана уу хэмээн урьж байсан гэдэг.

13 настай байхдаа тэр өөрийнх нь амьдралд учирсан хамгийн чухал нэгэн хүнтэй танилцсан билээ. Энэ бол электроникт нугасгүй хорхойтой 18 настай Стив Возняк байв. Тэр мөн Жобсын адил дүрсгүй, жижиг сажиг электрон төхөөрөмж хийж хүмүүсийг шоглох дуртай дэггүй нэгэн байв. 5 жилийн дараа буюу, их сургуульд сурах болох үед, Жобс ээж аавдаа Орегоны нилээд үнэтэйд тооцогдох урлагийн Рийд Коллежед орох хүсэлтэйгээ хэлсэн байна.

Сургалтын төлбөр нь Жобсын ээж аавын хувьд дийлдэшгүй их байв. Гэсэн хэдий ч, Жобсыг үрчилж авахдаа төрсөн эцэг эхэд нь хүүг нь заавал их сургуульд сургана гэсэн ам өчиг өгсөн учир тэд сургалтын төлбөрийг үл хамааран сургуульд нь оруулжээ. Рийдэд Стив ердөө нэг улирал л сураад хаяв. Учир нь тэр сургууль дээр үздэг хичээлээс илүү дорнын философи, сонин хачин хоолны дэглэм, хар тамхи гэх мэт зүйлийг илүү их сонирхож байсан болохоор тэр.

2005 онд Станфордын Их Сургууль дээр тавьсан итгэлдээ Жобс “Бүх зүйл сэтгэл хөдөлгөхөөр байгаагүй ээ. Надад дотуур байранд амьдрах боломж байгаагүй тул би найзынхаа өрөөний шалан дээр унтаж, хэмнэсэн 5 центээрээ шил кола авч уугаад хонох үе олон тохиолдож байсан. Тэгээд ням гариг болгон хотын төвөөр 7 миль газар алхан “Hare Krishna” сүмд очиж сайн хооллож авдаг байсан” гэж дурсжээ.

Сургуулиасаа гарч тэрээр Орегоны хиппи нарын бүлэгт элссэн байна. Орегоны хиппи нарын хийдэг гол ажил алим тарих. Хэдэн сарын турш Жобс алим тарьж амьдарч байсан гэдэгт хүмүүс одоо ч итгэдэггүй.

Хэдэн сарын дараа Стив ажил хайхаар Калифорнид ирэв. Тэрээр, тухайн үеийн видео тоглоом хийдэг байсан Атари хэмээх компанид ажилд орж дөнгөв. Атаригийн захирал эхэндээ мэдлэг боловсролгүй залуу хүүг ажилд авахыг хүсээгүй боловч түүний өмссөн гаж хувцас, этгээдээр биеэ авч яваа байдлыг нь хараад түүнийг сонирхон ажиллуулж үзжээ.

Дорнын философыг гүн сонирхдог болсон Жобс цалингаа цуглуулж гэр бүлдээ зарцуулсангүй, харин гэгээрлийг олох зорилгоор, дорнын гүн ухаан, буддизмын өлгий нутаг болох Энэтхэг рүү аялсан байна. Энэтхэг оронд бясалган сууж ертөнцийн мөн чанарын талаар номын дуу сонсон өөрчлөгдсөн Жобс буцаж ирэнгүүтээ л эртний анд болох Возняктайгаа компьютер, техникийг эрчимтэй судлаж эхэлсэн байна.

“Apple”-ийн эхлэл

Өдрөөс өдөрт электроникд дурлах хүсэл нь улам оргилсоор ирсэн Возняк нь бараг хамгийн анхны компьютерчдийн клуб болох, сонирхогчид нь өөрийн хийсэн компьютер, радио дамжуулагч, компьютерийн программ гэх мэт зүйлсийг танилцуулдаг “HomeBrew Computer Club”-ийн идэвхитэй гишүүн байсан юм. 1975 онд анхны компьютер болох Altair 8800 гарахад энэ клуб нь илүү олонд танигдаж эхлэв. Клубын цуглаанаас олж авсан мэдээлэл мөн төрөлхийн авьяасаа ашиглан Возняк нь өөрийн гараар компьютерийн эх хавтан бүтээжээ. Тэр ердөө л өөрийн гэсэн хувийн компьютертэй болохыг хүссэн болохоор тэр. Харин Стив Жобс найзынхаа гайхамшигтай бүтээлийг хараад Америкт ажилладаг үй олон программистуудад зориулан компьютер бүтээх хэрэгтэй гэдгийг анзаарсан ажээ. Ингээд Жобс нь энэ л зорилго дээр тулгуурлан Вознякийг компани байгуулах тухай ятгаж чадсанаар “Apple Computer” нь 1976 оны 4 сарын 1-нд байгуулагдлаа. Байгуулагдсан эхний хэдэн сарыг “Apple 1” компьютерийг Жобсын гаражид угсрахад зарцуулсан ба тэднийг дүүргийнхээ компьютер худалдаачдад зардаг байв. Үүнээс гадна Возняк нь илүү хүчин чадал сайтай компьютер болох “Apple II” дээр ажиллаж эхэлсэн байна. Энэ нь өмнөх загвараа бодвол илүү хүчтэй ба илүү олон өнгө дэмждэг загвар байв.

Жобс болон Возняк нь тэдний энэ бизнес нь ирээдүйд асар том амжилтыг олох болно гэдгийг хэнээс ч илүү мэдэрч, ойлгож байлаа. Иймээс Жобс нь компаниа томруулахын тулд хөрөнгө оруулагчдын эрэлд гарсан байна. Ингээд тэрээр “Intel”-ийн захирал байсан, Майк Маркуллаг “Apple”-д 250,000 долларын хөрөнгө оруулахад ятгаж чаджээ. Уран илтгэгч Стив Жобс нь Маркуллаг компьютерийн хувьсгал дэлхийг өөрчлөх цаг хаяанд тулсан гэдэгт эргэлзээгүй итгүүлж чадлаа.

Гараждаа компьютер угсардаг залуу зохион бүтээлчдийн “Apple II” компьютерийн ачаар Маркуллагийн компани ердөө хоёрхон жилийн дотор “Fortune” сэтгүүлийн хамгийн нэрлэсэн хамгийн том 500 компани дотор багтсан юм даа.

“Apple II”

“Apple II”-ийн гоёмсог хайрцаг, хэрэглэхэд амархан байдал, энгийн функци нь бусад бүх өрсөлдөгчөө ард хаяж, “Apple”-ийн хөрөнгө оруулагчид болон үүсгэн байгуулагчдыгаа саятанууд болгож эхэллээ. “Apple II”-ын борлуулалт өсөхөд хамгийн их нөлөө үзүүлсэн зүйл бол “VisiCalc” байв. Энэ нь одоогийн “Excel” программын анхны санаа байсан юм. Санхүү эдийн засгийн мэргэжилтнүүд, ердийн жижиг дунд бизнес эрхэлэгч нар “VisiCalc”-ийг ашиглахын тулд “Apple II”-ыг авч байлаа. Ингээд компани нь тун амжилттай байсан учир, ердөө байгуулагдсанаасаа 4 жилийн дараа буюу 1980 оны 12-р сард компаниа нээлттэй болгож, бирж дээр хувьцаа гаргасан байдаг. Тухайн үед 25 настай Жобсын хөрөнгө 200 сая доллар болтлоо өссөн байв.

“Apple”-ийн амжилт нь тухайн үеийн компьютер үйлдвэрлэлийн тэргүүн компани болох “IBM”-ийн анхааралд өртөв. “IBM” нь тухайн үед өөрсдийн компьютеруудыг зөвхөн албан байгууллагуудад зардаг байжээ. Учир нь тэд ердийн хүнд компьютер хэрэггүй гэж боддог байсан болохоор тэр. Шинээр гарч ирсэн “Apple” компани нь яг энэ “IBM”-ийн хайхрахгүй орхисон “энгийн хүнд зориулсан компьютер”-ийн зах зээлийг эзлэж аваад, гэрлийн хурдаар томорч байгааг харсан IBM нь 1981 онд персонал компьютерийн зах зээлд орсон байна.

Мэдээж IBM нь “Apple”-ийн хамгийн том өрсөлдөгчийн нэг болсон нь тодорхой. “Apple”-ийн борлуулалт ч буурч эхлэж, харин бүх найдвар “Apple”-ийн шинэ бизнес компьютер болох Лизад үлдсэн байлаа. Энэ нь компьютер ашиглахын тулд заавалчгүй шаардлагатай байсан компьютерийн хэлийг сурахгүй, хэн болгонд ашиглахад нээлттэй болгосон, компьютерийг жинхэнэ олон нийт, энгийн хүн хэрэлэх бүтээгдэхүүн байсан юм. Тийм ч учир Жобс Лизаг шинэ график юзер интерфэйстэй, мөн хулганатай байхаар шийдсэн байна.

Жобсын хайр дурлал болон Лиза

Жобс ч Лисагийн амжилтанд огт эргэлзэхгүй байлаа. Лиза гэдэг нэр Жобсын хувьд их утга учиртай. 1978 онд түүний ахлах сургуулийн найз охин болох Крисанн Бреннан нь нэгэн охин төрүүлсэн ба нэр нь Лиза. Өөрөөр хэлбэл энэ нь Стивийн анхны охины нэр юм. Гэвч тухайн үедээ Стив өөрийн хүүхэд гэдгээс татгалзаж, үгүйсгэж байсан билээ. Учир нь шүүхийн баримтан дээр түүнийг үр тогтоох чадваргүй хэмээн тэмдэглэсэн байдаг аж. Гэсэн ч тэр Лаурен Повелтэй гэрлэсний дараа 3 хүүхэдтэй болсон нь хожим анхныхаа охиныг хүлээн зөвшөөрөхөд хүргэж, охиныхоо Харвардын Их Сургуулийн төлбөрийг төлсөн гэдэг. Охин нь сургуулиа 2000 онд төгсөж, одоо сэтгүүлчээр ажилладаг.

Иймээс “Apple”-ийн шинэ угсарч буй компьютертээ тэрээр өөрийн хаяж явсан охины нэрийг өгөхөөр шийдсэн байжээ.

Жобс өөрийн эхнэр болох Лаурентэй танилцсан тухайгаа: “Би машинаа зогсоолд тавчихаад түлхүүрээ авахаа мартаад явчихдаг байсан. Нэг өдөр тэр надад түлхүүрээ авахыг сануулахад би түүнийг анх хараад гэнэт толгойд минь “Хэрвээ энэ өдөр миний хувьд амьд явах сүүлчийн өдөр байвал би өөрт байгаа цагаа бизнес уулзалтанд зориулах уу эсвэл энэ бүсгүйтэй хамт өнгөрөөх үү” гэсэн бодол орж ирсэн. Тэгээд би түүний араас гүйж очоод хамтдаа хоолонд орохыг хүсэхэд тэр ч зөвшөөрч, хотын төв рүү хамтдаа алхснаас хойш хэзээ ч хоёр биенээсээ холдоогүй” гэж дурссан байдаг.

Macintosh

Хэт тэвчээргүй байдал болон түргэн ааш зангаасаа болж Жобс нь Лиза төслөөс хөөгдсөн юм. Ингээд “өшөөгөө авахаар” Жобс нь Macintosh гэх нэгэн жижигхэн төслийг барьж авав гэнэ. Macintosh нь хүн болгон авч болохоор хямд, мөн яг л талх шарагч адил хэрэглэхэд хамгаас ойлгомжтой байх ёстой байлаа. 1981 онд Жобс нь Macintosh төслийн ахлагч болов. Тэрээр Macintosh-ийг Лизагийн хямд бөгөөд, жижиг загвар болгохоор ажилласан бөгөөд үүний үр дүнд график зураглалтай, урсдаг менютэй, хавгас, хулганатай хийв

Macintosh дээр 3 жилийн турш Жобс нь шаргуу ажилласан байна. Ажиллаж байх хугацандаа тэрээр залуу, хүсэл тэмүүлэлтэй, авьяаслаг инженерээс бүрдсэн багийг бүрдүүлж чаджээ. 1983 он гэхэд Лиза нь урагшгүй болсон учир “Apple”-ийн гол найдвар нь Стивийн удирдаж байсан төсөл болох Macintosh дээр төвлөрч эхлэв. Жобс нь энэ үеүүдэд 1983 онд ажилд авсан Жон Скаллигийн дэмжлэгийг их авдаг байлаа.

Жон Скалли нь анх “Pepsi” компаний захирал байсан бөгөөд Стив Жобс түүнийг ажилд авахаар олон удаа гуйсан ч авдаг цалин болон албан тушаалаас нь хэд дахин доогуурийг амлаж байсан тул зөвшөөрөхгүй байжээ. Харин Жобс түүнд: Та өөрийн бүхий л амьдралаа чихэртэй ус зарж өнгөрөөхийг хүсэж байна уу? Аль эсвэл надтай хамт энэ дэлхийг өөрчилмөөр байна уу? гэсэн алдарт асуултаа тавьсанаар ятгаж чадсан юм. Дараа нь Скалли нь “Apple”-ийн захирлуудын нэг болсон билээ.

“Apple”-аас явсан нь

1984 оны 1 сарын 24-нд “Apple” нь алдартай телевизийн реклам болох “1984”-ийг цацсан билээ. Стив Жобс нь жил бүр зохиогддог “Apple”-ийн хөрөнгө оруулагчдын хурал дээр “Macintosh”-ыг танилцуулсан байна. Удалгүй “Macintosh” ч компьютерийн зах зээлийг бүхэлд нь эзэгнэж чадлаа. Гэсэн хэдий ч 1985 онд ихээр борлуулалт унаж эхлэв. Энэ нь цаашлаад компанийг хэрхэн удирдах, юунд зорих асуудал дээр компанийн ажилчдын дунд ялангуяа захирал Жон Скалли болон Стив Жобс нарын хоронд үзэл бодлын зөрөлдөөн үүсгэсэн юм. Нэгэн үед тэд маш нягт хамтран ажилдаг байсан бол харин тухайн үед бие биентэйгээ дуугарахаа ч больжээ.

1985 оны 5 сард Жобс “Apple”-ийн гол хөрөнгө оруулагчид болон ерөнхий захиралуудыг Скаллийг халахыг ятгаж эхэлсэн байна. Тэгтэл тэдний ихэнхи нь Скаллийн талд байж, ердөө хэдэн өдрийн дараа компанийн шинэ бүрэлдэхүүнийг танилцуулсан ба, энэ шинэ бүрэлдэхүүнд Стив Жобс компанийн үйл ажиллагаанд ямар нэгэн хамааралгүй болжээ. Тэр зөвхөн компанийн захиралуудын зөвлөлд суудалтай нэгэн болон хувирсан байв. Стив ч балмагдсан байлаа. Apple нь түүний бүх л амь амьдрал нь байсан бөгөөд тэрээр өөрийн энэ бүтээн байгуулсан компаниасаа ямар ч үнэ цэнэгүй хүн болон хувирах нь тэр.

Халагдсанаас хойших 4 сарыг аялал, шинэ санааны эрэлд өнгөрөөлөө. Эргэн ирэхдээ тэрээр “Apple”-ийн хуучин ажилчдыг цуглуулан өөрийн шинэ компьютерийн компанийг байгуулахаар хатуу шийдсэн байна. “Apple”-ийнхэн ч түүний энэ шинэ төлөвлөгөөг мэдсэний дараа зүгээр суусангүй, тэд “Жобс “Apple”-ийн бүх менежмент, техник технологийн нууц мэдээллийг эзэмшдэг учир энэ мэдээллийг шинэ компани байгуулж тэдний эсрэг ашиглах гэж байна” хэмээн шүүхдэхийг завдав. Хариу болгон Жобс нь өөрт нь байх “Apple”-ийн бүх хувьцааг зарж, өөрөө ердөө ганцхан ширхэг хувьцаатай үлдсэнээр өөрийгөө хамгаалж чадсан юм. Ингээд тэр өөрийнхөө төлөвлөгөөг хэрэгжүүлэхээр шийдсэнээр “NeXT”-ийг байгуулав..

“NeXT”-ийн он жилүүд.

Жобс нь өөрийн шинэ “NeXT”-ийн машинуудад тухайн үед боломжит хамгийн өндөр нөхцөл, шаардлагуудыг тавьж байлаа. Тэр хамгийн сайн тоног төхөөрөмжтэй, хамгийн дэвшилтэт программ хангамжтай тийм л компьютерийг мөрөөдөж байв. Түүний шинэ компьютерийн үйлдлийн систем болох NeXTSTEP нь цэрэг болон их сургуулынхны ашигладаг систем болох UNIX дээр үндэслэгдсэн байлгахаар шийдсэн байжээ. Тэгэхдээ хамгийн гол нь энэ нь өөрийн

гэсэн график интерфэйстэй бөгөөд, Macintosh шиг хэрэгэлэхэд амар байхаар бодолцсон байв. Мөн NeXTSTEP нь “Xerox PARC”-ийн бас нэгэн нээлтийг ашиглаж программ бичих үйл явцыг маш хурдан бөгөөд хэт хялбар болгосон байлаа. Энэ мэт олон шинэ дэвшилтэй компьютер болох “NeXT CUBE”-ийг 1988 оны 10 сард нээлээ. Нээлтээ хийсний дараа NeXT Cube үнэхээр сайн машин болсон гэдгийг бүгд хүлээн зөвшөөрч байлаа.

Нэг асуудал үүсэв, NeXTCube хэдий сайн болсон байсан ч гэсэн борлуулалт тун муу байлаа. Хэт хожимдсон бүтээл болсон байсан бөгөөд дээр нь хэт өндөр үнэ борлуулалтанд муугаар нөлөөлж байв. Их сургуулиуд 3000\$-ын компьютер хүсэж байсан бол харин Жобсын нэг компьютерт зарцуулсан өртөг нь 10000\$. 2 жилийн маш муу борлуулалтын дараа NeXT нь NeXT Cube-ийн арай хямд хувилбарыг танилцуулсан байна. Шинэ загвар борлуулалтанд сайнаар нөлөөлж бас л чадсангүй. Жилд зарагдсан тоо нь ердөө хэдхэн зуу. Жобсын шинэ компани нь бараг л мөнгийг салхинд хийсгэж байв. Үүсгэн байгуулагчид нар нь ч энэ алдагдалтай байдлыг үл тэсэн нэг нэгээрээ ээлж дараалан гарах болов. Хөрөнгө оруулагчид ч гэсэн мөн адил. Ингээд 1993 онд NeXT нь төхөөрөмж (hardware) чиглэлийг хаяж, 100 хувь программын компани болов. Стив Жобс бүтэлгүйтэв. Тэр одоо өөрийн ажилдаа бага цагийг зарцуулж харин өөрийн гэргий болох Лорин болон бяцхан хүү Рийддээ хамаг анхаарлаа хандуулж байлаа. Тэд 1991 онд гэрэлсэн билээ.

“PIXAR” студи

Стив Жобс дээр өгүүлсэн хэцүү байдлаас хэрхэн өндийж, хөл дээрээ босож чадсаныг тайлбарлахын тулд 8 жилийн урьдахыг харах хэрэгтэй. 1985 онд Жорж Лукас нь “LucasFilm”-ийн компьютер графикийн хэлтэсийг зарахаар зэхэж байлаа. Тухайн үед “Apple”-ийн өөрт байсан бүх хувьцаагаа зарсан Жобсын хувьд банкныхаа дансандаа олон зуун сая доллартай байсан учир тэрээр энэ наймаанд нилээд сонирхолтой хандсан юм. 1986 онд тэрээр цөөн хэдэн компьютерийн мэргэжилтнүүдийг авч тэднийг “Pixar” нэрэн доор нэгдүүлжээ. “Pixar”-ийн үүсгэн байгуулагчид болох Эд Катмул, болон

Алви Рай Смит нар нь 1970 оны сүүлээр зөвхөн компьютер ашиглан кино хийх сонирхолдоо автан нэгдсэн хүмүүс байв. Гэвч тэд хоёулаа тухайн үед тэдний энэ мөрөөдлийг биелүүлэх хүчтэй компьютер байхгүйг сайтар ойлгож байжээ. Тийм ч учир тэд энэ санаагаа бодит болгохын тулд дахиад хориод жил хүлээх шаардлага гарсан юм..

“Pixar” компанийн эхний таван жилийн зорилгоор Жобс график дүрслэл маш сайтай тийм л компьютерийг байгууллагууд, эмнэлэг, бүр цэргийн байгууллагуудад зарах зорилготой байлаа. “Pixar”-ийн анимешн уран бүтээлийн хэлтэс нь тухайн үед хэт өчүүхэн байв. Жон Лассетерийн удирдах энэ анимешн хэлтэс нь оршин тогтнож байсан гол шалтгаан нь ердөө “Pixar”-ийн тусгай программын ачаар байв. Харин энэ хэлтсийн хэр их ач холбогдолтойг Жобс “Tin Toy” хэмээх жижиг хэмжээний киногоор Оскарын шагнал хүртэхэд ойлгож эхлэжээ. Гэсэн хэдий ч, яг л “NeXT”-ийн адилаар “Pixar”-ийн техник хангамжийн борлуулалт нь маш доогуур. Ингээд мөн адил 1990 он гэхэд “Pixar” нь техник хангамжийн хэсгийг орхиж зөвхөн программ худалдаалдаг, хийдэг компани болон хувирсан байна.

“Pixar”-ийн гол орлого нь “Renderman 3d” гэдэг программ байлаа. Тэдний анимешн хэлтэс нь жижиг хэвээрээ байсан бөгөөд хаагдаагүй үлдсэн ганцхан шалтгаан нь анимешн хэлтэс нь компанид багахан ч гэсэн орлого авчирдагт байсан тухай хожим дурсан ярьцгаадаг юм. Анимешн хэлтэс нь телевизийн реклам, сурталчилгаа хийж багахан боловч байнгын орлого олдог байжээ. Гэвч 1991 онд Дисней нь “Pixar”-тай хамтран бүрэн хэмжээний компьютерээр бүтээгдсэн кино хийх гэрээ байгуулахад бүх юм өөрчлөгдлөө. Компаниуд хоёр талаасаа программаа бичилцэж, зөвшилцөхөд нилээд хугацаа өнгөрч, ердөө 1995 онд кино нь ерөнхий байдлаа олж эхлэсэн байна. Мэдээж үүнд Стив Жобс ч ихээхэн анхаарлаа хандуулан байсан нь тодорхой.

“NeXT”-ийг бодвол Жобст бараг хобби мэт байсан энэ “Pixar” хэмээх компанийг Жобс нь цэвэр өөрийн хөрөнгөөр ивээн тэтгэж байсан юм. Гэвч 1995 онд “NeXT” улам муудаж, харин “Pixar” нь Диснейн сурталчилгааны трайллер болон жинхэнэ хит болж чадсан ‘Тоглоомын түүх’ (Toy Story 1995) анимешн хүүхэлдэйнээс ихээхэн хэмжээний ашиг олох нь тодорхой болоод байлаа. Жобс энэ их

амжилтыг ашиглахын тулд киног нээлт хийсний дараагийн долоо хоногт “Pixar”-ийн хувьцааг олон нийтэд нээлттэйгээр зарж эхлэв. Түүний ч зөв байж, “Тоглоомын Түүх”-ийн амжилт нь “WallStreet” дахь “Pixar”-ын хувьцааг үлэмжхэн өсгөжээ. Компанийн 80 хувийг дангаараа эзэмшиж байсан Жобсын хувьд түүний хөрөнгө нь 1,5 тэрбум доллар болтлоо өсөв. 1980-аад онд “Apple”-д байснаасаа тэрээр 5 дахин их хөрөнгийг босгож чадлаа. Жобс анх

“Pixar”-ийг 10 сая доллараар авч байсан бол 2006 онд “Disney” компанид 7,5 тэрбумаар зарсан гэдэг.

“Apple”-д эргэж ирсэн нь

Жобсын дараахь “Apple”-ийн бизнес тийм ч сайн байсангүй. Жобсыг явсанаас хойш компьютерийн зах зээл ихээхэн өөрчлөгдсөн байлаа. 1995 онд “Microsoft” компани “Windows 95” хэмээх Apple компани “MacOs”-ийн бүх ололттой талыг хуулбарласан үйлдлийн систем гаргаснаар “Macintosh”-ийн борлуулаг унаж эхэллээ

“Apple”-ийг хэцүү байдлаас аврахаар шинэ ерөнхий захирал ирсэн ба энэ нь Жил Амелио байв. Тэрээр “Apple”-ийг аврахын тулд компанийн зарлагыг аль болох багасгаж, ажиллах хүчний бараг гуравны нэгийг халж, “Windows”-той өрсөлдөхүйц шинэ үйлдлийн системтэй болох төлөвлөгөөтэй байв. Шинэ үйлдлийн системийг оргүй хоосноос эхлэж байхаар, аль хэдийнээ оршин тогтнож байгаа үйлдлийн системийг худалдан авж янзлахаар шийдсэн ба энэ нь ч цаг, мөнгө хэмнэсэн тун мэргэн шийдвэр байв. Ингээд, Амелио нь “NeXT”-ийн үйлдлийн систем болох “NeXTSTEP”-ийг худалдаж авахаар шийдсэн байна. Харин төрөлхийн овжин Стив Жобс зөвхөн үйлдлийн системийг биш, харин бүх л “NeXT” компанийг 400 сая доллараар зарах санал тавьжээ. Ингэснээр 1996 оны 12 сард Жобс өөрийн байгуулсан компанидаа “NeXT”-ийг дагалдан эргэн ирлээ.

Нэг тэнгэрт хоёр нар байдаггүйн адилаар Жобс болон Амелиогийн хослол тийм ч удаан үргэлжилсэнгүй. 1997 оны эхний улиралд л гэхэд “Apple” нь 700 сая долларын алдагдалтай ажилласан бөгөөд “Apple”-ийн захиралуудын зөвлөл бүх хариуцлагыг ерөнхий захирал Амелиод үүрүүлж түүнийг ажлаас халах шийдвэр гаргасан байна.

Жил Амелио явсанаар “Apple” захиралгүй үлдэж 1997 оны 9 сарын 16-нд Жобс “Apple”-ээс нилээд гуйлгасны эцэст “Apple” компани захиралын үүрэг гүйцэтгэгчээр нэр төртөйгөөр эргэн ирсэн юм.

Ялагдагч ялагч болж болдог

“Apple”-д эргэн ирсний дараахь хэдэн сар Жобсын амьдралынх нь хамгийн их ажилтай, завгүй байсан үе тулгарсан юм. Тэр өөрийн намтрыг бичигч Валтер Исааксонд хэлэхэдээ, шөнө гэртээ ирэхдээ хэт ядран, ярих ч тэнхээгүй байсан үе гэнэ (Рихаг-ийг давхар удирдаж байсныг санах хэрэгтэй). Тэрээр “Apple”-ийн бүх л багууд, ажилчидтай уулзаж, ярилцаж, тэд яагаад өөрсдийгөө “Apple”-ийн ирээдүйд хэрэгтэй гэж бодож явдгыг нь асууж шалгаадаг байв. Хэрэв тэд тайлбарлаж чадахгүй бол тэдний санаа, тэдний хийсэн бүтээгдэхүүн нь цуцлагдаж, тэд ажлаас халагдах магадлал өндөр болно гэсэн үг. Жобс мөн “NeXT”-д цуг ажиллаж байсан хэрэгтэй гэсэн хамт олноо авчирч, “Apple”-ийн түлхүүр ажлын байрнуудад хуваарилан ажиллуулах болов.

1998 онд “iMac”-ийг олонд нээхэд, дэлхий даяар Жобс нь “Apple”-ийг буцаад оргилд авчирч чадах хүн хэмээн шуугих болжээ. 1984 оны “Macintosh”-оос хойших, “Apple”-ийн үнэхээр шинэчлэлт авчирсан бүтээгдэхүүний нэг нь яах аргагүй “iMac” байсан юм. Түүний тунгалаг гэр нь компьютерийн зах зээлийн бусад хар эсвэл дан саарал том хайрцагтай компьютерүүдээс ялгарч чадаж байлаа. Мөн энэ нь борлуулалтаар амжилт олсоноор барахгүй маш олон программ хөгжүүлэгчдийг буцаан “Mac”-д авчирсан хит бүтээгдэхүүн болж чадсан юм. 1998, 1999 онуудад өнгө өнгийн iMac болон iBook (Apple-ийн нотетбүүк)-үүд гарч байлаа. Гуравхан жилийн дотор Стив Жобс нь “Apple”-ийг буцаад техник технологийн шилдэг компаниудын тоонд аваачиж чадсан билээ.

Улмаар 2000 оны 1 сарын “MacWorld” дээр Стив Жобс нь өөрийгөө “Apple”-ийн ерөнхий захирал болсоноо албан ёсоор зарласан юм. Ийнхүү тэрээ нэгэн цагт өөрийн үүсгэн байгуулсан компаниасаа хөөгдөн гарч байсан боловч түүний ер бусын гайхалтай мэдрэмж, ертөнцийг байлдан дагуулж, хүмүүсийг өөртөө татах ур чадваргүйгээр

“Apple” нь дэлхийд өрсөлдөх боломжгүй гэдгийг бүгдэд ойлгуулж чадсан билээ.

2001 он, “iPod” гэр бүл

2000 оны сүүлээр, Жобс Digital Hub төлөвөлгөөг хэрэгжүүлэхэдээ видео, бичлэгэнд хэт их анхаарал хандуулж, харин маш чухал нэгэн салбарыг орхисон байгаагаа ухаарсан байна. Энэ нь хөгжмийн салбар байсан юм. Дижитал хөгжим нийтлэгч цахим хуудас болох “Napster” нь тухайн үед оргилдоо хүрээд байв. Ихэнхи хүмүүс, ихэнхи залуучууд чөлөөт цагаа дуу сонсдог болохоос харин бичлэг хийж өнгөрөөдөггүй байсан учир энэ нь заавалчгүй анхааралдаа авах ёстой салбаруудын нэг байсан юм. Дуу хөгжмийн салбар нь видео бичвэрийн салбараас хамаагүй их хүрээг хамрахыг Жобс ойлгож эхлэв. “iTunes” яг л энэ бодлоос ургасан түүхтэй. Гэвч нэгэн асуудал байлаа. Тухайн үед байсан бүх л дижитал хөгжим тоглуулагч нар тийм ч сайн биш, Жобсын сэтгэлд нэг л хүрэхгүй байх нь тэр.

Тийм ч учир 2001 оны 3 сард Стив, “Apple”-ийн нэрийн дор, цоо шинэ MP3 тоглуулагчийг хийх ажлыг эхлүүлсэн байна. Ингэж “iPod” төрсөн түүхтэй. 2001 оны 10 сарын 23-нд тэрээр хэсэг бүлэг сэтгүүлч нар болон, хөрөнгө оруулагчдад “iPod” хэмээх жижиг, авсаархан, цагаан төхөөрөмжийг танилцуулсан байна. “iPod”-ийн тодорхойлолт нь ч тун энгийн “1000 дуу таны халаасанд” гэсэн байлаа. Гэхдээ, тухайн үед “iPod”-ийн танилцуулга дээр байсан хүмүүс, Жобсоос бусад нь “iPod” нь компанийн ирээдүй болно гэдгийг ойлгоогүй, төсөөлөх ч үгүй байсан юм. “Apple” “iPod”-ийг хийснээр CD-г хөгжмийн ертөнцөөс үгүй хийж орхисон юм.

Олон нийтийн талархалыг хүлээсэн, өдөр тутмын хэрэгсэл болж чадсан хөгжим сонсох төхөөрөмж болох “iPod” нь нээлтээ хийсэн өдрөөс хойш борлуулалтаараа маш олон рекордыг эвдэв. Эхний үед “iPod” нь зөвхөн “Apple” компаны “Mac” компьютероос л дуу хуулах болон бусад үйлдлээ зохицон ажилладаг байлаа. Гэвч цагийн явцад, “iPod” нь үнэхээр хэрэглэгчдийг байлдан дагуулж, өндөр үнээс үл хамааран, олон олон PC хэрэглэгчид iPod-ыг авч хэрэглэж чадалгүй хохирон, харин чадвартай хэд нь өөрийн компьютер дээрээ ажиллаж болохоор хакердаж байв. Энэ нь Стив Жобсыг бас нэгэн шийдвэрт хүргэлээ. Тэд зөвхөн “Mac”-д зориулсан “iPod” хийх хэрэгтэй юу, аль эсвэл “Windows”-ийн хэрэглэгчдэд боломж олгох учиртай юу? Ингээд анхны “Windows” үйлдлийн системд зориулсан “iPod” нь 2002 онд Нью-Йоркт болсон “MacWorld” дээр нээгдсэн юм.

Стив Жобс бол залхуу хүн огт биш. Тэр өөрийн гар хүрсэн салбар бүрийг хөгжүүлэхээр ажилладаг “хобби”-той нэгэн билээ. “iPod” худалдаанд гарснаар хөгжмийн салбартай өөрийн эрхгүй холбогдсон юм. Тухайн үед хүмүүс хамтлаг дуучдын цомог худалдан авах нь эрс багасч, бие биенээсээ дууг хуулан авах буюу, интернетээс татан авч сонсох болсон тул хөгжмийн бизнес мухардалд ороод байв.

Харин Жобс нэг шинэ санаа олсон нь хэрэглэгчдэд цомгыг бүхлээр нь зарах биш, харин доторх дуунуудыг нэг нэгээр нь салган зарах болсон юм. Ингээд тэр маш олон дуу хөгжмийн компани болон хамтлаг дуучидтай гэрээ байгуулж, тэдний дууг онлайн хэлбэрээр зарах болжээ. 2003 оны 4 сард “iTunes Music Store” нээгдэв. “iTunes Store” нь амжилтыг оллоо. Эхний долоо хоногтоо л гэхэд сая дуу зарсан байлаа. “iTunes” нь зөвхөн “iPod”-ын борлуулалтыг өсгөсөн төдийгүй, бүх л хөгжмийн салбарыг бүхэлд нь өөрчлөв. Зургаан сарын дараа буюу 2003 оны 10 сард “iTunes”-ийн “Windows”-ийн хувилбарыг танилцуулсан юм.

Хэмжээлшгүй их амжилтыг удаа дараалан олсон ч, “Apple”-ийхэн зүгээр суусангүй. 2004

оны 1 сард, “iPod” mini-г танилцууллаа. Энэ нь “iPod”-ын арай авсаархан загвар ба, 50\$-оор хямд буюу 249 доллараар зарагдаж байв. “iPod” mini нь дэлхий нийтэд бэлэг тэмдэг болж чадсан юм. “iPod” гэхээр төсөөлдөг нөгөө л нэг цагаан хөгжим нь үнэндээ “iPod Mini” юм. Үүгээр “iPod-ын” цуврал дууссангүй. Хожим “Apple” нь 99\$-ийн “iPod shuffle”-ийг танилцуулж, 2005 онд хамгийн жижиг “iPod Nano”-г худалдаанд гаргасан юм. Улмаар видео тоглуулах чадвартай “iPod” 2006 онд нээлтээ хийж шуугиан тарьлаа. Тэр үед iPod нь аль хэдийнээ өөрийн гэсэн бренд, хүмүүсийн амьдралын нэгэн хэв маяг болсон байсан бөгөөд, харин “iTunes” нь бараг 1 тэрбум дуу зарсан амжилттай байв.

“iPod” нь хөгжмийн салбарыг өөрчилсөн төдийгүй, хүний хөгжим сонсох зуршлыг ч гэсэн өөрчилж чадсанаар “Apple”-ийг дэлхийн хэмжээнд авчирсан байлаа. “iPod”-ын гайхамшигтай амжилт нь Жобс болон компанийн ажилчдад төгс бүтээгдэхүүн бүтээе гэвэл түүний хэрэглэхэд амархан байдал нь юу юунаас илүү чухал гэдгийг ойлгуулж өгөв. (“iPod” ердөө ганц л дугуй товчлууртай) Харин Mac компьютерүүд нь тухайн үед тийм байсангүй, компьютерийн зах зээлийн тавхан хувийг эзэлсэн хэвээр байлаа. MP3 тоглуулагчдийн зах зээлд iPod, 80%-ийг эзлэх болов. Ийм л санааны үндсэн ердөө ганцхан товчлуур бүхий дэлхийг байлдан дагуулсан “iPhone”, дэлгэцнийхээ ард бүх төхөөрөмж нь багтдаг гайхалтай нимгэхэн “iMac”-ууд төрсөн түүхтэй билээ.

Би бол Стив Жобс

Намтар номондоо мансуурах бодис хэрэглэж байсан тухайгаа Жобс “миний амьдралд хэзээ ч мартагдахааргүй цөөхөн зүйл тохиолдож байсны нэг нь мансуурах эм байсан. LSD-гийн тухай анх мэдээд хэрэглэж үзэхдээ өөртөө “өөрөөр сэтгэе” гэж хэлж байсан нь хожмоо Apple компанийн уриа болсон түүхтэй” гэжээ. Жобс, цагаан хоолтон байсан бөгөөд загаснаас бусад амьтны махыг хэрэглэдэггүй, дорнын эмчилгээнд гүн бишрэлтэй ханддаг байсан тул хавдартай гэдгээ мэдчихээд хувиараа дорнын аргаар эмчилгээ хийлгэх нь зөв гэж үзсэн байдаг.

Зан аашийн хувьд Стив Жобс нь тун сонин нэгэн. Бусдад хүндлэлгүй, уучлалт гуйхыг мэддэггүй, муухай ааштай, зөрүүд, тэвчээргүй нэгэн. Стив дугааргвй “Mercedes SL55 AMG” машин унаж, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд зориулсан зогсоолыг ашигладаг байв. Биднийг цэцэрлэг, сургуульд сурч байхад бусдад эелдэг, бусдад тусч, сайхан сэтгэлтэй хүн болгон хүмүүжүүлдэг. Тэгвэл эсрэгээрээ энэ л муухай, тэвчээргүй зан авир нь дэлхийн хамгийн том, хамгийн амжилттай компаниудын нэг болох “Apple”-ийн үүсгэн байгуулагчын гол үндсэн зан чанар нь байсан гэвэл та итгэх үү?

Та хар тамхи хэрэглэ гэж хүүхдүүдэд уриалж, хэдэн сараар усанд орохгүй явж, үмхий үнэртэж, 500 гаруй том компаниудаар хөл нүцгэн орж, ерөнхий захирлын ширээн дээр нь хөлөө тавин ээж аавынхаа гаражид нээсэн “Apple” компаныхаа үйл ажиллагааг сурталчилдаг бизнесменийг өмнө нь харсан уу? Тэгвэл Жобс нь яг л ийм байсан.

Гэвч, ноёд хатагтай нараа, Стив Жобс нь энэ бүх зан аашийг эзэмшдэг ч одоо болтол дэлхийн хамгийн хүндлэм, хамгийн амжилттай, хүн гэдгийг хэлэхэд та гайхах биз.

Хамгаас тэвчээргүй зантай ч тэрээр зен-буддизмын үнэн шүтэн бишрэгч хүн юм. Зен буддизмаар тэр дотоод амгалан байдал гэх мэт зүйлийг ойлгож аваагүй ч, хожим “Apple”-ийн бүтээгдэхүүнд зен-буддизмын “энгийн, хэт энгийн” уур амьсгал нэвт шингэж өгсөн нь “Apple”-ийн бүтээгдэхүүнүүд хэрэглэхэд амархан мөртлөө тун өвөрмөц байдгийн гол нууц нь юм даа.

Усанд орохгүйн тулд Жобс хэдэн сараар зөвхөн алим идэж, зарим үед хэдэн сараар зөвхөн лууван идэж, биенээс нь ногооны үнэр ханхалж байсан болохоор түүнтэй ойрхон хамт ажиллах хүн байхгүй, тэр ганцаараа оройн цагт ажилладаг байжээ. Тэр зөвхөн хүйтэн цуст амьтан (загас)-ны мах иддэг, бусдаар бол цагаан хоолтон. Тэр гутал өмсдөггүй, зөвхөн хөл нүцгэн алхана, өвөлдөө углавч өмсөнө. Тэр өөрийнх нь онцгой хоолны дэглэм нь гадны нөлөөнөөс үргэлж хамгаалж байдаг гэдэгт итгэдэг байв.

Гэрийнхээ гаражид эхлүүлсэн компани нь хэдхэн жилийн дотор дэлхийг эзэлж. 22 насандаа 1 сая доллар, 23 насандаа 10 сая доллар, 24 насандаа 100 сая доллартай болсон Жобс нь төгс төгөлдөрийн туйлыг шаардагч хүн. “iPhone”-ы хар өнгийг сонгох гэж тэр хэдэн зуун яг ижилхэн хар өнгөнөөс одоогийн л байгаа хар өнгийг сонгосон гэдэг. Энгийн хүний нүдээр огт ялгагдахгүй хар өнгөнүүдийг голж, Жобс дизайнеруудаа зөвхөн “iPhone”-ы хар өнгөн дээр хэдэн сар ажиллуулж, асар их мөнгө үрсэн гэдэг. Түүнийхээр бол дизайн гэдэг нь бүхний эхлэл. Зарим хар нь гялтганахгүй байна, зарим нь хэт гялтгар байна, дэлгэцийг тодотгож

өгөхгүй байна гэх мэт шалтгаан хэлэн хэдэн зуун хар өнгөнөөс зөвхөн одоогийн харыг л сонгосон гэдэг. Цагаан өнгөний хувьд бүр их түүх болсон нь тодорхой. Хоол ундны

асуудал дээр ч гэсэн Жобс нь яг л ийм, төгс төгөлдөрийг баримтлагч, жимсний шүүсийг шинэ жимсээр хийгээгүй байна хэмээн голж, нүдэн дээр нь шинэ жимсээр шахсан шүүс л уудаг байв.

Ажилчид нь түүнийг алахыг хүстэл нь Жобс тэднийг доромжилно, хэлсэн үгийг нь шоолно, тэгэхдээ хамгийн гол нь ингэсэн ч, тэрээр ажилчдаа үнэхээр төгс бүтээгдэхүүн хийхэд түлхэж чаддаг байсан юм. Бага залуудаа хүн рүү нүдээ цавчилгүй харж сурсан нь олон хүнд “дарамттай” санагддаг байжээ. Юу ч хэлэлгүйгээр, хэдэн хэсэг тасдахад бэлэн мэт харц. “Энэ чинь ялгадас байна” гэж байнга хэлэх бүдүүлэг үгс. “Дахиад хий” гэж хэлэх тулгалт.

Тэр өөрийгөө дарангуйлагч гэдгийг хүлээн зөвшөөрдөг байв. Энэ зан араншингийнхаа талаар “Гэхдээ үргэлж миний зөв байдаг шүү дээ” гэж хэлсэн байдаг.

Тэр хэзээ ч өөрийн ажлаа ажил гэж хардаггүй байсан бөгөөд, тэрээр үүнийгээ урлаг гэж үзэж, өөрийгөө уран бүтээлч хэмээн боддог байсан юм. Тэрээр зөвхөн хамгийн шилдэг хүмүүсийг л ажилд авна. Хамгийн шилдэг хүмүүсийг ажилд авахдаа ч тэрээр араас нь үнэхээр нохой адил гүйж байж авна шүү дээ.

Завгүй их ажлынхаа хажуугаар Стив нь “Beatles”-ийн улаан фэн байсан төдийгүй Бахын хөгжмийг таашааж, Барбра Стрейзандын бүтээлийг шимтэн харж, түүний оролцсон концерт бүрийг нь алгасахгүй үздэг байв.

Жобсын “iPod” дотор нь цагтаа найз бүсгүйгээ булаалгаж байсан Боб Диланы 15 цомог, “Yo-Yo Ma”-гийн 3 цомог л багтсан байдаг байжээ. “Yo-Yo Ma”-гийн талаар хэлэхдээ тэрээр: “Энэ бол бурхан байдаг гэдгийг нотлох хамгийн тод жишээ юм” гэж хэлж байсан аж. Мөн түүний iPad-дээр “The Autobiography of Yogi” гэдэг цорын ганц номыг татаж суулгасан байв. Тэрээр энэхүү номыг залуугаасаа хойш байнга дахин дахин уншдаг байжээ.

Нас барсан нь

2004 оны Жобсыг анх хорт хавдартай гэж оношлоход нь тэрээр мэс

засал хийлгэхийг зөвшөөрөөгвй байна. Тэрээр өөрийн биедээ мэс хургэхийн оронд үр дүн сайтай дорнын эмчилгээ хийлгэхийг хүсчээ. Харин хожим нь энэ шийдвэртээ маш ихээр харамссан байна.

2008 оны 8 дугаар сарын 29-нд “Bloomberg”-ийн мэдээллийн алба Стив Жобсыг таалал төгссөн хэмээн ташаа ойлгож түүнд зориулан 17 хуудас бүхий эмгэнэлийг нийтэлжээ. Аз болоход энэ мэдээлэл алдаа байсныг хурдан засаж чадсан байна.

Жобс 2010 оны намраас эхлэн үхэхээсээ өмнө уулзахыг хүссэн хүмүүстэйгээ уулзаж эхэлжээ. Тэдний нэг нь Билл Гейтс байсан юм. Тэрээр уулзалтынхаа дараа Билл Гейтсийн авьяас чадварт нь эргэлзсэнээ илэрхийлж: “Билл бол ургуулан бодох чадваргүй жирийн л нэг хүн. Тэр юуг ч зохион бүтээгээгүй. Тиймээс л тэр цаг заваа технологит биш буяны үйл хийхэд зарцуулдаг байх” гэж хэлжээ. (Билл Гейтсийн буяны сан нь Дэлхийн хамгийн нөлөө бүхий буяны байгууллага бөгөөд сүрьеэ, полимиелитээр өвчилсөн хүмүүст тусалдаг ба өлсгөлөнгийн эсрэг үйл ажиллагаа явуулдаг)

Мөн “Google”-ийн хуучин ерөнхийлөгч Эрик Шмидтийг маш ихээр үзэн яддаг бөгөөд учир нь “Android” нь “iPhone”-ы санааг хулгайлсан гэж тэрээр боддог байж. Энэ талаараа тэрээр намтар бичигчдээ хэлэхдээ: “Би тэр хүний булхайг нь илчлэхийн тулд амьдралынаа сүүлчийн амьсгааг, “Apple”-ийн 40 тэрбумын хөрөнгийг эцсийн зоос хүртэл нь золиослоход ч бэлэн байна. Би Андройдыг устгах болно. Учир нь тэр бол хулгайн бүтээгдэхүүн. Би түүнтэй аль байгаагаараа тэмцэхэд бэлэн байна” гэжээ.

Жобс “Apple”-ийн захирал болсон үеэс буюу 1997 оноос хойш ердөө ганцхан долларын цалинг компаниасаа авдаг байсан ба энэ тухайгаа 2007 онд шоглоом болгон “Би жил болгон олон нийтийн өмнө ил гарсныхаа төлөө 50 цент, гүйцэтгэсэн ажлынхаа төлөө 50 центийн хөлс авдаг” гэж өгүүлсэн байдаг. 2011 оны эхээр гаргасан хөрөнгийн тайланд Жобс, “Apple” компанийн 5.5 сая ширхэг хувьцааг эзэмшдэг гэж бичсэн байдаг бол түүнийг нас барсны дараа нэгж хувьцааны ханш 377.64 ам.долларт хүрсэн нь өнгөрсөн 10 жилийн дундаж ханшийг 43 дахин нугалсантай тэнцэж байгаа аж. Түүнчлэн

тэр Apple компанийн хөрөнгийг захирал болсноосоо хойш 43 дахин өсгөж өгсөн гэсэн үг.

Тэр жил болгон ердөө ганцхан ам.долларын цалин авдаг байсан ч түүнд маш их хөрөнгө байсан юм. 2006 онд “Pixar”-ийг “Disney” компанид 7 тэрбум ам.доллараар зарсан бол 2011 онд түүний нийт хөрөнгийн хэмжээ 8.3 тэрбум ам.долларт хүрч, Forbes сэтгүүлийн дэлхийн баян хүмүүсийн 110-т жагсаж байсан. Хэрвээ Жобс, 1985 онд “Apple”-ээс эзэмшдэг өөрийн хувьцаанаасаа зараагүй байсан бол дэлхий дээрх баян хүмүүсийн 5-рт жагсах байсан.

2011 оны арван сарын 5-нд Стив Жобс Нойр булчирхайн хорт хавдарын өвчний улмаас нас барсан нь дэлхий даяараа эмгэнэн гашуудахад хүргэсэн юм.

АНУ-ын Ерөнхийлөгч Барак Обама түүний цаг бусаар таалал төгссөнд эмгэнэж, мэдэгдэл хийхдээ: “Стив бол Америкийн агуу их шинийг санаачлагчдын нэг байсан. Тэрбээр ертөнцийг өөрчлөх тухай өөрийн авьяас чадвартаа итгэж, үүнийгээ гүйцэлдүүлэхийн тулд авьяас төгөлдөр байж бусдаас дэндүү өөрөөр сэтгэж чаддаг байсан” гэжээ.

Түүнчлэн Нью-Йорк хотын захирагч Майкл Блумберг түүнийг Альберт Эйнштейн, Томас Эдисон нарын адил суут ухаантан байсан гэж эмгэнэлдээ дурьдсан юм.

Харин “Microsoft”-ыг үндэслэгч Билл Гейтс хэлэхдээ, “Стив Жобсын бүтээсэн үйл хэргийг хэдэн үе дамжин шагшин магтах биз ээ. Түүнтэй хамтран ажиллаж байсан нь бидний хувьд нэр төрийн хэрэг” хэмээсэн байна.

Жобс үхнэ гэдгээ мэдсэнээр нэрт намтар бичээч Уолтер Исааксонд хандан өөрийнх нь талаар намтар ном бичихийг хүссэн байдаг. Ингэхдээ тэрээр миний талаар хүмүүст үнэнийг өгүүлэх намтар ном үлдээхийг би хүсэж байна, гэхдээ би таны бичиж буй номонд яг юу бичсэн талаар нь огт сонирхож, оролцохгүй гэж амласан бөгөөд хамгийн гол нь түүний намтар номын хавтас нь л хамгийн гоё хийгдсэн байх ёстойг сануулжээ.

Номын талаар товхон

Аливаа хүнд хамгийн гайхалтай, бүхэл дэлхийг өөрчлөх, ертөнцөд хувьсгал авчирах тийм агуу санаа төрж болох ч, хэрэв тэр хүн бусдыг өөртөө итгүүлэн, өөрийн галзуу санааг хамгийн энгийнээр, хамгийн ойлгомжтойгоор бусдад тайлбарлаж, бусдыг сэнхрүүлж чадахгүй бол түүний гайхалтай санаа нь яг л хог адил ямар ч үнэ цэнэгүй ба хэнд ч хэрэггүй.

-Грегори Бернс-

Стив Жобс бол бидний үеийн хамгийн шилдэг илтгэгчдийн нэг билээ. Илтгэх урлаг болон бараа, бүтээгдэхүүнийг сурталчлах тал дээр бол түүнээс илүү хүн үгүй, тэр байтугай түүнтэй дүйцэж, түүний хэмжээнд очих хүн ч тун ховор. Түүний илтгэлийг сонсох гэж хүмүүс хэдэн мянган километрийн цаанаас ирж, харин зарим нэг нь, зөвхөн танхимд гоё байрлал авахын тулд өвлийн хүйтэн шөнө, зуны бөгчим нарыг үл тоон хэдэн өдөр шөнөөр дугаарлан зогсдог гэдэг нь нэгэнт тогтоогдсон, илэрхий болсон баримт билээ. Гэхдээ энэ юу ч биш. Хэрэв та, түүний (Жобсын) бараг л уламжлал болсон жил бүрийн илтгэл дээр Жобс өөрөө байхгүйг нь мэдсэн түүний шүтэн бишрэгч нар эсэргүүцлээ илэрхийлэн, эмх замбраагүй байдал үүсгэж байсаныг харсан бол юу гэж хэлэх байсан бол доо? Тийм ээ, яг л ийм үйл явдал, “Apple” компаниас Стив Жобсыг Macworld Expo 2009-д илтгэл тавихгүйг зарлахад биелэлээ олсон юм. (Мөн тэр жил “Apple” нь, Бостоны IDG WORLD EXPO хэмээх жил болгон зохиогддог үзэсгэлэнд Жобс сүүлийн удаа оролцож байгаа гэж мэдээллэсэн нь нэмэрлэсэн байх).

Ийнхүү тухайн үед “Apple” компаний дэд ерөнхийлөгч Фил Шиллерт манай “домогт” илтгэгчийг орлох хүнд бөгөөд хэцүү үүрэг тохогдсон юм. Жобсийн гайхамшигтай илтгэлийг гүйцэж, Жобсын сонсогчдын, шүтэн бишрэгчдийн сэтгэлд нь нийцэх гэдэг нь үнэхээр амаргүй даваа, гэвч Шиллер үнэхээр гайхалтай төгс илтгэл, амжилттай яриаг хийж чадсан билээ. Түүний ийнхүү амжилттайгаар илтгэл тавьж чадсаны нууц нь тун энгийн, тэрээр ердөө Жобсын илтгэл тавих ихэнхи арга барилуудаас ашигласан байсан юм.

“Бид, суурин компьютерийг бүтээлцэж, цахим ертөнцийг бий болгож, бас өөрийн компанийг чадалтай, эрх мэдэлтэй болгож хувиргаж чадсан хувьсгалчдын үед амьдарч байна” гэж сурвалжлагч Йон Фортт бичэж байсан удаатай.

Стив Жобсын илтгэл өдөр бүр, сар болгон болоод байдаг энгийн үзэгдэл биш, түүний илтгэлүүд нь өдрийн од мэт цөөн боловч, харин нэг л илтгэлийн тов зарлагдаж, тэрээр өөрөө яриа хийх нь тодорхой болвол, түүний илтгэл нь үнэхээр маш том арга хэмжээ, сүртэй үйл явдал, баяр ёслолын уур амьсгал мэтээр гадаад ертөнцөд хүлээгддэг билээ. Мэдээж түүний шүтэн бишрэгчид, хөрөнгө оруулагчид, хэрэглэгчид нь “Apple” -ийн арга хэмээжээнүүдэд хамгаас ихээр харахыг хүсдэг хүн нь Жобс гэдэг нь ойлгомжтой. Гэвч түүний эрүүл мэндтэй холбоотой асуудлуудаас болж, мөн “Apple” нь Macworld Expo-оос гарсанаас хойш, илтгэх урлагийн “акул” 30-аас илүү жил хийж явсан үйл хэрэгээ хийн тайзан дээр зогсон, сонсогч олныг байлдан дагуулж буйгаар харах боломж сүүлийн жилүүдэд цөөрсөөнр байсан билээ. Энэхүү ном нь Жобсын илтгэлүүдийн хамгийн сайныг нь багтаасан ба, анх удаагаа, түүний,

сонсогчдынхоо тархинд аливаа санааг суулгахад ашигладаг байсан арга барилыг дэлгэрэнгүйгээр судалж, дэлгэлээ. Тийм учир та энэ арга барилд суралцан өөрийн сонсогчидоо ч гэсэн байлдан дагуулж, яг л Жобс шиг хамгийн хүсэмжит илтгэгч, хамгийн амжилттай яриа хийгч болж чадах боломжтой боллоо.

Түүний илтгэлийг үзсэний дараа та, өөрийн, илтгэх урлагийн тухай бодлоо дахин нэг нягталж үзэх нь гарцаагүй. Юуны тухай ярьдаг, үүнийгээ хэрхэн ярьдаг, мөн таныг ярьж байх үед, таны сонсогч нар юу харж байна гээд л, өөрийн илтгэл тавих арга барилаа та нэг бүрчлэн нягтаж, шалгаж, Стивийнхтэй харьцуулах нь дамжиггүй. Би BusinessWeek.com -д “Стив Жобс ба түүний илтгэх ур чадвар” гэдэг нэгэн нийтлэл бичиж байсан удаатай. Миний энэ нийтлэл үнэхээр санаандгүйгээр бүх дэлхийгээр алдартай болчихсон. Мэдээж маш цөөн тооны уншигчид Жобсыг биеэрээ харж, уулзаж, арай их хувь нь түүний илтгэлийн бичлэгийг интернетээр үзэж, харин ихэнх нь бол Жобсыг хэрхэн илтгэл тавиж, яриа хийдэгийг харж ч байгаагүй гэдэг нь ойлгомжтой. Тэгвэл, анхны удаа үзэж буй хүмүүст Стив Жобсын илтгэлүүд нь шууд л тэдний нүдийг нээж, самбарын өмнө ямар нэгэн юмыг тайлбарлан, илтгэл тавих хүсэл сонирхолыг нь оргилуулдаг гэж хэлхэд болно.

Илүү ихийг мэдхийн тулд, номын дараа дараагийн хуудаснаас олж авах мэдээллийг илүү ойлгомжтой байлгахын тулд, нэмэлт болгож би таньд YouTube -руу орон нүдээр бүхнийг үзэхийг зөвлөж байна. Энэ номыг бичиж байх явцад, youtube-д, Virgin-ийн Ричард Бренсоны тухай мянгаад, Microsoft-ын захирал Стив Балмерын тухай 940-д бичлэг байсан бол Стив Жобсын илтгэлүүдийн бичлэгийн тоо нийт 35000 байсан юм. Энэ мэтээр YouTube нь тухайн хүний тусгай үйл хөдлөл, дохио зангаа, бусдын анхааралыг татах арга барил, техникүүдыг ямар ч үнэ төлбөргүй бодитоор харан судлах, тодорхой хүнийг бодитоор мэдрэх ховор боломжыг олгодог билээ. Номноос авах мэдээллийг та дээд зэргээр ашиглахын тулд дээрх сайт руу орж үзэхийг зөвлөө.

Жобст хэдэн зууны өмнө германий социологч Макс Веберийн тодорхойлсон “энгийн хүнээс ялгарахад хүргэдэг, ер бусын гайхамшигт, хүн төрөлхтнөөс дээгүүр гэж бодоход хүргэдэг, тодорхой тийм чанаруудыг цуглуулга” гэх хосгүй авьяас, чанар бий. Үнэнч шүтэн бишрэгчдийнхээ дунд бол Жобс нь бараг л “бурхан” мэт өргөмжлөгдсөн нэгэн. Веберийн тодорхойлолт жоохон хийсвэр байж болох ч тэр авьяас чадвар гэдэг нь энгийн хүнд байх боломжгүй гэж үзсэн. Номыг цааш уншин, Жобс хэрхэн өөрийн алдартай илтгэлүүдийг бэлддэгийг судалж мэдээд, түүнийг сааралтсан олноос онцгойрч гаргасан тэр л тусгай чанарууд нь тийм ч “ер-бус”-ын авьяас чадвар биш юм байна гэдэгийг ухаарч, та ч бас энэ чанаруудыг өөриймшүүлж болно гэдэгийг ойлгох болно. Хэрвээ та ядаж түүний арга барилуудаас хэдхэнийг нь л өөриймшүүлж чадвал, та аль хэдийнээ нэг алхам урагшилж, дунд зэргийн илтгэгч, өдөр болгон илтгэл тавьдаг мянга мянган энгийн илтгэгч нараас өөрийн гайхалтай илтгэл, яриагаараа онцгойрч, ялгарч чадна гэдэгт би 100 хувь итгэлтэй байна. Таны хуучин өрсөлдөгч, таны хамтрагч нар үүний дараа, илтгэл тавих тал дээр бол таны хажууд зүгээр л энгийн сонирхогч мэт харагдах болно.

“Илтгэл тавих, үзүүлэн таниулах нь бизнес-харилцааны амин сүнс юм” хэмээн загварын алдартай дизайнер Нэнси Дуарте өөрийн “Илтгэл - судлал” номондоо дурдсан удаатай. Түүнийхээр “Компани оршин тогтнох, шинэ бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, түгээлт, борлуулалт,

мөн хэрхэн нийтэд танилцуулах, ярих, шинэ санааг хэрэглэгчдийн тархинд суулгаж өгөх нь нь илтгэлийн чанар, шийдлээс шууд хамаарч байдаг. Арай жижиг түвшинд ярьвал, зөвхөн илтгэл гэлтгүй ажлын байран дээр хүртэл бид шинэ санаа, ажлын төлөвлөгөө, өөрийгөө буруу ойлгуулах, буруу өнцгөөс тайлбарлах, буруу байдлаар яриа хийх зүйл гарч байдаг. Тиймээс яриаг зөв эхлүүлж, зөв тайлбарлаж, зөв ойлгуулах нь нэн чухал. Бизнес бол танилцуулга, үзүүлэнд харамгүй анхаарал хандуулан ажиллах нь тухайн үйлдэрлэл компанийн оршин тогтнох, зах зээлд үйлдвэрлэл, бүтээгдэхүүн нь биелэлээ олохын үндсэн нөхцөл байдаг. Гэвч өдөр болгон хийгддэг мянга мянган танилцуулах ажиллагаануудаас маш цөөнхөн нь л зохих түвшинд хийгддэг”

Дуарте нь өөрөө, АНУ-ын дэд ерөнхийлөгч Альберт Горын 35 миллиметрын энгийн слайдуудыг редакторлож, илтгэл болгож, маш олон шагнал хүртэж чадсан чадварлаг нэгэн. Түүний энэ “Гашуун Үнэн” хэмээх илтгэлийн амжилт нь танилцуулга, үзүүлэн нь бизнест, нийгэмд, хүмүүст ямар их ач холбогдолтой байдгийн нэгэн тод жишээ юм. (Inconvenient Truth, Al Gore гэж youtube-с үзэж болно). Аль Гор болон Стив Жобс нь хоёулаа бизнес-харилцааны хүрээнд хувьсгал хийгчид ба таныг ч бас их зүйлд сургаж чадна. Гэвч Аль Горт зөвхөн нэгхэн алдартай боловч мянган удаа давтагдан, дэлхийг шуугиулсан илтгэл байдаг бол, харин Жобст 1984 оны “Macintosh” компьютерийн нээлтээс эхлээд 2007 оны “iPhone”-ий танилцуулга илтгэл гээд сэтгэл догдлол, алга ташилт, амжилтыг авчирсан биширмээр яриа, үзүүлэн чамгүй их байдаг. Сонирхуулахад, хэдэн хуудасны дараа таны дэлгэрэнгүйгээр уншиж танилцах “Macintosh”-ын нээлтийн үйл ажиллагаа, нээлтийн танилцуулга нь хамгийн хүчтэй, хамгийн үлгэр жишээ илтгэлүүдийн нэг гэж шинжээчдээс хүлээн зөвшөөрөгдсөн байдаг байна. Тухайн түүхэн цаг хугацаанаас хойш 25 жилийн турш Жобсийн бусдад илтгэх, үзүүлэх, ярих арга барил мэдэгдэхүйц сайжирсан нь ойлгомжтой. 1984 оны тэр илтгэлийг одоо үед хангалттай өөр өнцгөөс шүүж, өөнтөглөж болох хэдий ч яах аргагүй Macintosh-ийн нээлтийн танилцуулга илтгэл нь нь манай үеийн агуу илтгэлүүдийн нэг юм. Түүний энэ олон жил сурсан чадвар, хуримтлуулсан туршлага нь зөвхөн ганц л зорилгын төлөө нэгдэн цогц болно. Тэрхүү зорилго бол сонсогч түмэнд мартагдашгүй мөч, гайхамшигт хормыг бэлэглэх билээ

Муу мэдээг задлахад - би таны илтгэлийг Стив Жобсын илтгэлтэй харьцуулах хэрэгтэй боллоо. Жобсоос өмнө ямар нэгэн шинэ техникийн бүтээгдэхүүн, шинэ барааны танилцуулга нь маш уйтгартай, сонсогчдын 90 хувь нь огт ойлгохгүй тоон үзүүлэлт, график дээр тулгуурлан явагддаг байсныг та мэдэж байгаа байх. Тэгвэл Жобс нь өөрөө, техникийн хэллэг, үзүүлэлтээр дүүрэн, сонсогчдын нойрыг хүргэж, унтуулах шахам байдаг техник технологийн танилцуулга илтгэлийг баяр ёслолын агаараар дүүргэж, бусдын хүсэн хүлээж байдаг тоглолт, ёслол мэт цоо шинэ түвшинд аваачиж чадсан хүн билээ. Өвчний улмаас илтгэлд оролцоогүй Жобсд зориулсан Los Angeles Times-ийн өгүүлэл дээр, Майкл Хильцик: “Америкийн нэг ч компани захиралаасаа ийм хамааралтай байдаггүй... Жобс бол “Apple”-ийн гандашгүй нүүр царай” хэмээн тодорхойлсон байдаг юм. Хэрвээ та, түүний илтгэлийн амтыг мэдрэхийг хүсэж байвал, 2001 оны 10 сард болсон “iPod”-ийн нээлтийн бичлэгийг Youtube-ээс олж үзээрэй. Жобсын илтгэх чадвар, барааг бусдад танилцуулж байгаа байдал нь таныг бүрэн эзэмдэнэ гэдгийг би лав багтай хэлж байна. Саяхан би, YouTube-дэх тэр л бичлэгүүдийг үзэж байхад, урьд нь хэдий олон удаа үзсэн, бүх дохио зангааг нь мэддэг боловч, сандалын үзүүрт, жоохон хүүхэд шиг догдлон сууж байснаа анзаарсан юм. Тиймээ, цаг хугацаа өнгөрсөн ч

түүний илтгэх урлаг, чадвар нь үнэхээр дэлхийг гайхшруулсаар....

Харин одоо - сайн мэдээ. Та, Жобс шиг өөрийн сонсогчдоо сандлын үзүүрт догдлуулан суулгахын тулд, Жобсын арга барилуудыг ашиглаж болно. Түүнийг сэм сонс, түүнийг ажигла, түүнээс бага багаар суралц. Та өөрөө гайхалтай сэтгэгдэл төрүүлэхээр илтгэл бэлдэж чадна, мөн та өөрийн шинэ санааг зарах, таны урьд нь мөрөөддөгчгүй байсан түвшинд бусдыг итгүүлэх чадварыг өөриймшүүлж, ашиглаж чадна.

Та бүхэн энэ номыг таны илтгэлийг амжилтанд хүргэх газрын зураг мэтээр хүлээж авах учиртай. Та энэ номыг өөрийн болгосоны дараа таныг өөрийн үйлчилгээ, бүтээгдэхүүн, компани, эсвэл төслийн үнэ цэнийн тухай ярьж байхад, Стив Жобс танд тусалж байгаа мэт санагдах болно. Таны хэн гэдэг нь чухал биш, гүйцэтгэх захирал (ЗАХИРАЛ), шинэ бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч, худалдан авагч, чадалтай хөрөнгө оруулагчдийн туслах, эсвэл мэргэжлийн худалдагч, борлуулалтийн менежер, бүр өөрийн оюутнууддаа урам зоригийг өгөхөөр оролдож байгаа их сургуулийн багш ч байж болно. Заавал илтгэгч, Жобс шиг бизнесмэн байх албагүй. Стив Жобсын илтгэх, ярих арга барил тухайн хүний хэл, үндэс угсаа, нас, мэргэжил үл харгалзан та бүхэнд тусалж чадна. Бизнес ихэнх хүмүүс бусдыг өөртөө татхийн тулд танилцуулга илтгэлийг тавьдаг. Стив Жобсын арга барил нь хүмүүст шинэ сэтгэгдэл, сэтгэл хөдлөлийг үүсгэдэг төдийгүй түүний яриа, илтгэл нь сонсогчид урам, зориг, хүсэл тэмүүллийг нь өдөөж өгдөг онцлогтой.

Та эхний алхамаа хийж эхэлмэгц, таны эргэн тойронд нөлөөлөх чадвараас тань хамаарч, таны амжилтын үр дүн, ирээдүй шийдэгдэнэ. Харин эргэн тойрондоо нөлөөлөх цорын ганц зэвсэг бол ҮГ юм.

-Питер Друкер-

Хүмүүс ихэнхдээ Стив Жобсыг сэтгэл татам, бусдыг өөртөө соронз мэт татагч, илбэдэгч, гайхшруулагч, бас гоц авьяастан хэмээн дүрслэн бичицгээдэг.

Түүний хүмүүстэй харилцах тэр л арга барилыг дүрсэлж буй эдгээр тодолхойлолтуудад хоосон магтаал, худал зүйл бараг үгүй. Хүмүүстэй харилцах, олон нийтэд яриа хийх тал дээр түүнийг тодорхойлох үгнүүдэд хэтрүүлсэн зүйл, таагүй тодорхойлолт бараг л сонсогддоггүй. Ер нь Жобс маш хэцүү хүн, тэр өөрийн яриагаар итгэлцэл, нэр төрийг “Apple”-ийн бүтээгдэхүүнүүдэд авчрахаас гадна тэрээр үнэхээр тэргүүлэх, үнэхээр шилдэг бүтээлүүдийг туурвигч нэгэн. Тэр бол төгс чанарыг эрхэмлэгч, мөн үнэхээр чадварлаг “зөнч” юм. Түүний энэ хоёр чанар нь аливаа ажил түүний хүссэнээр явж өгөхгүй байх үед “катализатор” мэт нөлөөлж, ажлыг урагшилдуулж чаддаг. Гэвч энэ ном нь Стив Жобс гэдэг хүний тухай бус, түүний ажил амьдрал, намтар, “Apple”-ийг үүсгэн байгуулагч, “Apple”-ийн ЗАХИРАЛ Стив Жобсын тухайн бус, харин энэ ном бол “илтгэгч Жобс”-ын тухай ном юм. Энэ бол танд илтгэлийг амжилттай тавих, танилцуулга илтгэлийг хэрхэн хийх, олны өмнө ярьж сургах тухай ном юм. Ийнхүү танд, Жобс, өөрийн сонсогч нартаа “Apple” брендтэй холбоотой түүхийг хэрхэн бүтээж, хэрхэн тэдэнд хүргэж, тархинд нь “Apple”-ийг суулгадаг талаар хамгийн нарийн нууцууд хүргэгдэж байна. Энэхүү номноос та Жобсын:

* Мэдээллийнхээ санааг хэрхэн боловсруудлаг,

- * Хэрхэн энэхүү санаагаа танилцуулдаг,
- * Гадаад ертөнцөд бүтээгдэхүүнээ хэрхэн “ГАЙХАМШИГ” мэт ойлгуулдаг,
- * Яаж гадаад ертөнцөд мартагдашгүй, дахин давтагдашгүй мэдрэмжийг төрүүлдэг
- * Хэрэглэгчийг-сурталчлагч, нэвтрүүлэгч, түгээгч болгон хувиргадаг гэх мэт чадваруудад суралцаж болох юм.

Эдгээр техникууд нь танд өөрийн гайхамшигтай илтгэлийг бүтээхэд тусална. Энэ хичээлүүд нь сурахад маш амархан бөгөөд, мэдээж үүнийг хэрэглэх хэрэглэхгүйгээ та өөрөө л шийдэх болно. Стив шиг ярьдаг болохын тулд багагүй ажиллагаа шаардлагатай ч үр дүн нь таны хувийн болон компанийн амжилтанд үр өгөөжтэйгээр нөлөөлөх бөгөөд эдгээр нь таны зарцуулсан хүч хөдөлмөртэй дүйцэхүйц байх болно.

Яагаад би биш гэж?

Би, анх CNBC-гийн “Донни Дойчтой хамт сэтгэе” шоунд ороход, хөтлөгчийн эрч хүч, авьяас чадварыг үнэхээр биширсэн юм. Дойч үзэгчдэд: “Та, өөрийнхөө өдөр тутмын сонирхолыг мөнгө олох эх үүсвэр болгон хувиргасан хүнийг харахдаа, дандаа өөрөөсөө яагаад би биш гэж? хэмээн асууж бай” гэдэг зөвлөгөөг өгч байсан юм. Тэгвэл би яг л энэ зөвлөгөөг танд өгмөөр байна. Дараа дараагийн хуудсуудад Стив Жобсын талаар уншихдаа “яагаад би биш гэж?”, “Яагаад би ч бас сонсогчдоо түүн шиг эрч хүчээр цэнэглэж чадахгүй гэж?” хэмээн өөрөөсөө асуугаарай. Энэ асуултанд би хариулж чадна. Миний хариулт бол “Та чадна!”. Стив Жобс нь ийм чадвартайгаа төрөөгүй, тэр бидэнтэй л адил энэ хорвоо дээр нүцгэн ирсэн л нэгэн. Хамгийн гол амжилтын нууц нь гэвэл тэр энэ чадваруудаа хөгжүүлэхийн тулд үнэхээр их ажиллаж, мэрийсэнд байгаа юм. Магадгүй түүнд жүжиглэх чадвар байсан байж болох юм, гэвч авьяас 1% хувь гэдэг шиг, бүх л чадвар, арга техникүүдээ тэр нүсэр их хөдөлмөр, сургалтын үр дүнд олж авсан юм. Тиймээс ч түүний хэв маяг ч жилээс жилд сайжирч, хөгжиж, өөрчлөгдөж ирсэн байх. Тэрээр бага багаар урагшилж, зогсолтгүй өөрийнхөө чадварыг сайжруулсаар ирсэн бөгөөд илтгэлүүдийнхээ бүх жижиг хэсэг, загвар, хуудас бүр дээр нягт нямбай ажилладаг. Түүний илтгэл болгон дээр түүх яригдаж, хуудас болгон дээр нь яг л шинэ ертөнц бий болох мэт сонирхолыг татдаг. Жобс нь тэр чигээрээ шоумэн, рок од, галзуу нэгэн. Түүний илтгэлд, түүний ярианд уйдна гэсэн ойлголт үгүй. Бүх л амжилтанд хүрсэн агуу жүжигчдийн адилаар тэрээр өөрийн яриа, илтгэл, үзэгдлээ, төгс болтол нь давтдаг.

Жобсын, өөрөө хэлсэнчлэн “Чанарын хэмжүүр байхыг эрмэлзэх хэрэгтэй”. Ихэнхи хүмүүс, өөрсдөөс нь дээд зэргийн чанар, зуун хувийн сэтгэл ханамж хүлээж байдаг орчинд дасаагүй байдаг. Учир нь ихэнхи хүн “хүн алдах нь энгийн зүйл” хэмээн бодож өөрийнхөө хамгийн сайныг, өөрийнхөө бүх хүчийг 100% ашиглаж, сэтгэлээрээ ажил үйлд хандах нь ховор. Тэгвэл Жобсын хувьд тэрээр бүх л зүйлийг туйлд нь хүртэл нь, чанар, сэтгэл ханамжын хязгаарт нь тулгал нь 100000% байлгахыг зорьдог нэгэн. Төгс төгөлдөрийн аянд товчилсон жим байдаггүй. Тиймээс ч, яг л Жобс шиг илтгэл тавихын тулд та үнэхээр их хөдөлмөрлөж, төлөвлөж, бас бэлтгэл хийх шаардлага гарна. Илтгэх урлаг, бизнес яриа хийх урлагийн оргилд нь байхыг хүсвэл танд ““Apple”-ийн шоумен”-аас илүү багш олдохгүй л болов уу.

Гурван үйлдэлт гүйцэтгэл

Энэ ном нь Стив Жобсын өөрийнх нь хамгийн дуртай аргуудын нэг болох, өөрөө ч илтгэлийнхээ бэлтгэл явцад ихээр ашигладаг “гурван үйлдэлт гүйцэтгэл” гэх арга дээр тулгуурлагдсан. Үнэн хэрэгтээ Стив Жобсын илтгэл нь зарим байдлаараа театрын тоглолттой төстэй. Мэдээлэл өгч, үзэгчдийг хөгжөөж, бас тэднийг алмайруулж байдаг гайхалтай сайн бэлтгэгдсэн нарийн сургуулилт, ажиллагаатай театрын тоглолт мэт. 2005 оны 10 сарын 12-нд Жобс “iPod”-ыг танилцуулахдаа, Сан-Хосе дахь “Калифорния” театрыг өөрийн үзүүлбэртээ сонгож авсан. Түүний ихэнхи танилцуулга шиг, энэ танилцуулга ч гэсэн 3 үйлдэлт хэсгээс бүрдэж байлаа. Эхний үзэгдэлд видеокамерийг үйлдвэрээс суурилуулж өгсөн шинэ “iMac” G5-ыг танилцуулсан билээ. Хоёрдах үзэгдэлд тэрээр анхны удаа, видео тоглуулах чадвартай “iPod” (5th generation)-г гарах хугацааг зарлаж, харин гуравдах үзэгдэлд тэр “iTunes” 6 -ийн талаар яриад, мөн ABC телевиз нь өөрсдийн телевизийн цувралуудыг “iTunes” болон “iPod” дээр зориулан гаргаж буй талаар ярисан юм. Бүр тав тухтай “Америк” маягийн орчинг бүрдүүлэхийн тулд Жобс нь жааз хөгжмийн домог Винтона Марсалисаг хүртэл урьсан байсан.

Яг л, Стив Жобсын хамгийн их ашигладаг байсан энэ “Гурван үйлдэлт гүйцэтгэл” аргатай, энэ номын агуулгыг агаар нэг байлгахын тулд Стив Жобсын илтгэх урлагийн нууцыг 3 үйлдэлт хэсэгт хуваалаа:

* Эхний хэсэг : Сэдэвээ найруулах.

Энэ бүлгийн долоон дэд бүлэг нь танд, таны бүтээгдэхүүн, санааг агуулах гайхалтай түүхийг бүтээх, сэдэвийг найруулах хэрэгтэй бүхэнд сургах болно. Сайн түүх, зөв агуулга нь сонсогчдыг байлдан дагуулах итгэлийг бий болгогч, боломжийг бүрдүүлэгч гол хүчин зүйл юм.

* Хоёрдох хэсэг: Хүргэх.

Дараагийн зургаан дэд бүлэг буюу театрын хэллэгээр 6 үзэгдэлд та хэрхэн өөрийн илтгэлийг гадаад байдлаар нь сонирхол татахаар болгох талаар үр дүнтэй зөвлөгөө авах ба “заавал байх ёстой” зүйлсийн талаар мэдэж авах болно.

* Гуравдахь хэсэг: Улам төгөлдөржүүлэх, давтах.

Үлдсэн таван үзэгдэл буюу сүүлийн таван бүлэгт дохио зангаа, хоолойны өнгө, ярианы хэмнэл ба урьдчилан бэлтгэгдсэн илтгэл яриаг сонсогчдод “амьд” сонсогдуулахад анхаарах зүйл, тайзны хувцаслалт гэх мэт асуудлыг хөндөх болно. Жобст усан цэнхэр өнгийн жинс, гүйлтийн пүүз, хар свитер нь амжилт дагуулж байхад, харин таньд яагаад энэ мэт хувцас нь сүйрлийг авчрах вэ гэдгийг та энэ үзэгдэлээс олж мэдэх болно.

Үзэгдэлүүдийн хооронд, таны илтгэл, үзүүлэнд хэрэг болох техник технологийн хамгийн сүүлийн үеийн нээлт туршилтуудаас багахан орууллаа. Энэ нь таны илтгэлийг цоо шинэ түвшинд аваачихад туслах бизээ.

Үнэн хэрэгтээ та юу зарж байна вэ?

“Жобс нь маш уйтгартай зүйлийг, жишээ нь цахилгаанны багаж хэрэгслэлийг, хэн ч сонсоод уйдамгүй гайхалтай түүх болгон хувиргаж чаддаг хосгүй увидастай нэгэн” гэж Алан Дойчман өөрийн “Стив Жобс эргэж ирсэн нь” гэдэг номондоо бичсэн удаатай. Ихэнхи захирлуудын багахаан хэсэг л, Жобс шиг уйтгартай асуудлыг гайхалтай түүх болгон хувиргаж чадах чадвартай байдаг. Тэдний нэг нь Cisco-ийн гүйцэтгэх захирал Жон Чамберс юм.

Чамберсийнхээр тэр интернетийг компьютертэй холбогч свитч мөн роутерийг зардаггүй, (свитч, роутер зарна, рекламдана гэхээр үнэхээр уйтгартай сонсогдож байгаа биз) харин Чамберс нь свитч, роутер гэлгүйгээр хүмүүсийн амьд харилцаа, сүлжээг бүрдүүлэгч, бидний амьдрах, ажиллах, сурах бий болгоход зайлшгүй шаардлагатай жижигхэн төхөөрөмжийг зардаг гэж хэлдэг юм.

Хамгийн гайхалтай илтгэгч нар л хамгийн энгийн бүтээгдэхүүнийг хамгийн гайхалтай, хамгийн сайхан бүтээгдэхүүн болгох өндөр чадварыг агуулсан байдаг. Дэлхийн хамгийн амттай Кофены сүлжээ болох Starbucks-ын гүйцэтгэх захирал Ховард Шульц кофе зардаггүй. Тэр бол ажил ба гэр гэсэн уйтгартай удаанаар үргэлжлэх тасралтгүй тойргийн голд алжаал, амралт, чөлөөт цагийг бий болгох тийм л үйлчилгээг зардаг нэгэн. Санхүүгийн мэргэжилтэн Сьюз Орман нь үнэт цаасны арилжаачин, үнэт цаас зардаг нэгэн биш. Тэрээр харин санхүүгийн эрх чөлөө гэх мөрөөдлийг бусдад зардаг нэгэн. Тэгвэл яг л тэдэнтэй адил Стив Жобс ч гэсэн үнэн хэрэгтээ компьютер зардаггүй юм. Тэрээр хувь хүний нөөц чадварыг өсгөж, олонд таниулж, эрин зууны мэдээллийг түгээгч хэрэгслэлийг зардаг нэгэн. Би та нараас энэ номыг уншиж байх үедээ өөрөөсөө “үнэн хэрэгтээ би юу зардаг вэ?” гэж асуугаасай гэж хүсэж байна. Хэрэв таны бүтээгдэхүүн нь миний амьдралыг хэрхэн өөд татаж чадахыг та надаа зөвөөр тайлбарлаж ойлгуулж чадах юм бол та намайг эзэмдсэн л гэсэн үг. Энэ мэтээр үнэхээр амьдралд хэрэгтэй багаж, бүтээгдэхүүн гэж ойлгуулбал ямар ч хэрэглэгч тухайн компаний бүтээгдэхүүний сурталчлагч, түгээгч болон хувирдаг. Амжилтанд хүрсэн компаниудын гол зарчим ердөө л энэ.

Энэ номыг уншиж байх явцад та, Стив Жобс нь дэлхийг өөрчлөх гэсэн дэврүүн мөрөөдөлтэй, ертөнцөд өөрийн мөрийг үлдээхээр тэмүүлж байсан том зүрхтэй залуу байсаныг ойлгох болно. Энэ номонд бичигдсэн техникүүдийг ашиглаж амжилтанд хүрэхийн тулд та яг л Жобстой адил таныг ядарсан үед сэргээж, цөхөрсөн үед хүчийг өгж байх тийм л байж боломгүй том мөрөөдөлтэй байх хэрэгтэй юм. Хэрвээ та өөрийн хийж буй ажилдаа үнэхээр дуртай, сонирхолтой бол та Стив Жобсын гол чанаруудад аль хэдийн 80% ойртож чадсан байна гэж хэлж болно. Жобс хорин нэгэн насандаа өөрийн найз Стив Возняктай (түүнийг ихэнх хүмүүс Воз гэж нэрлэдэг) “Apple” компанийг байгуулсан. Жобс нь суурин компьютер нийгмийг, амьдарлыг хэрхэн өөрчилж болох талаар бодож тунгааж, бараг л энэ өөрчлөлт, хувьсгалын талаархи бодлоор өвчилсөн гэж болохоор нэгэн байсан. Түүнтэй ойр байсан хүн болгонд түүний өвчин хожим нь халдсан байдаг. Түүнд 20 жилийн өмнө оршиж байсан тэр л хүсэл тэмүүлүүд нь одоо хүртэл түүний дотор унтраагүй байгаа нь илтгэлүүдээс нь илт харагддаг билээ.

Бид бүгдэд биднийг хөдөлгөж байдаг хүсэл тачаал, зорилго бий. Энэ номны зорилго нь хүний хүсэл зорилгыг өөриймшүүлж, бусад хүмүүс өөрсдөө таны санааг хэрэгжүүлэхэд туслахыг

хүсэхээр, тэднийг өөртөө татахаар ярих, түүхийг бүтээхэд тань туслах юм. Дэлхий дээрх хамгийн сайн бүтээгдэхүүн, хувьсгал авчрахаар санаа хүртэл тэднийг хөдөлгөж чадах, хүчирхэг танилцуулагч, илтгэгч, санааг дэлгэрүүлэгчгүй бол ямарч ашиггүй, яг л хог мэт үнэ цэнэгүй болдогийг сайтар санаж яв. Хэрвээ та хүмүүсийн анхаарлыг өөртөө татаж чадахгүй бол, танд амжилтанд хүрэх ямар ч боломж байхгүй. Таны сонсогчид юуг ч ойлгохгүй, ерөөсөө гайхашрахгүй, таны ярьсан зүйлийг чихнийхээ хажуугаар өнгөрүүлвэл, төгсгөлд нь хэн ч юу ч сонирхохгүй. Та зөвхөн сонсогчдыг гайхашруулах аргыг өөриймшүүлж чадахгүйгээс болж, өөрийн шинэ санаагаа бусдаар үгүй хийлгэхийг битгий зөвшөөр. Сэтгэл зүрхний гүнд хүртэл, хэн нэгэнд нөлөөлөл үзүүлэхийн тулд Жобсы аргыг ашиглаад үз.

За тэгээд, Жобсын илтгэлийнхээ эхэнд дандаа хэлдэг шиг “Алив, Эхэлцгээе...”

Гадаад үг хэллэгийн тайлбар

Стив Жобс нь өөрөө техник технологийн салбарт амь амьдралаа зориулсан хүн учраас түүний тухай өгүүлэх болгонд компьютер, техникийн үг хэллэг дагалдаж явдаг юм. Уг номонд түүний хэлсэн үгнээс иш татсан, илтгэлийн хэсгээс жишээ болгон оруулсан хэсэг цаашид ихээр тохиолдох болно. Тиймээс компьютерийн талаарх гадаад үг хэллэгийг гайхаж болзошгүй уншигчиддаа зориулан номонд гарах мэргэжлийн үг хэллэгийн товч тайлбаруудыг хүргэх нь зайлшгүй гэж бодлоо.

“Apple” – Стив Жобсын 1976 онд үндэслэн байгуулсан компьютер, технологийн компани бөгөөд өдгөө жилд 300 тэрбум долларын худалдаа хийдэг салбартаа дэлхийн хамгийн том компани юм.

“Intel” – Компьютерийн процессор болон бусад техник хангамж үйлдвэрлэгч компани ба процессорын үйлдвэрлэлээрээ дэлхийн эхний байранд жагсдаг.

“IBM” – Америкийн компьютер үйлдвэрлэгч тэргүүлэгч компаниудын нэг.

“Процессор” – Компьютерийн тархи нь болсон төхөөрөмж бөгөөд түүний хүчин чадлаас хамаарч компьютерийн хурдыг тодорхойлох ба бусад төхөөрөмжийг түүнд тааруулан угсардаг.

“WWDC”, “Macworld” - “Apple”-ийн шинэ технологио танилцуулдаг үзэсгэлэн, хурал.

“Macintosh” – “Apple” компаний нэрийн хуудас болсон гэрийн компьютер.

“OS” – Компьютерт суулгадаг үйлдлийн систем. Дэлхий дээр хамгийн өргөн хэрэглэдэг систем нь “Microsoft” компаний “Windows” үйлдлийн систем бол “Apple” компанийн “Mac OS” хэмээх үйлдлийн систем нь зөвхөн өөрсдийнх компьютер болон нотебүүкд л зориулагдсан байдаг байна.

“Powerpoint” ба “Keynote” – Аль аль нь илтгэл, хурал, танилцуулгад зориулсан слайд бэлтгэдэг мэргэжлийн программ бөгөөд “Powerpoint”

нь зөвхөн “Windows” үйлдлийн систем дээр ажилладаг бол “Keynote” нь зөвхөн “Apple”-ийн бүтээгдэхүүн дээр л ажилладаг байна.

“iMac” - “Apple” компаний үйлдвэрлэдэг “Macintosh” компьютерийн шинэ дүр төрх бөгөөд өндөр үзүүлэлт бүхий гоёмсог дэлгэцтэй, дэлгэцнийхээ ард бусад бүх төхөөрөмж нь багтсан байдаг тул зай бага эзэлдэг, дизайны өвөрмөц шийдэлтэйд тооцогддог байна.

“Macbook” - “Apple” -ийн үйлдвэрлэдэг нөүтбүүкүүдийн ерөнхий нэр ба хамгийн алдартай нь болох “Macbook Air” тухайн үедээ дэлхийн хамгийн нимгэн нөүтбүүкэнд тооцогдож байв.

“iPod” – Дэлхийн хамгийн алдартай “MP3” тоглуулагч. Мөн л “Apple” үйлдвэрлэдэг.

“iTunes” - “Apple”-ийн интернет дэлгүүр бөгөөд дуу, кино, тоглоом, программууд худалдан авч өөрийн iPhone, iPod, iPad зэрэгтээ ашиглах боломжтой.

“iPhone” – Дэлхийд хамгийн олон зарагдсан, хамгийн алдартай ухаалаг гар утсанд тооцогддог. Мөн утаснаас товчлууруудыг халж, дан мэдэрдэг дэлгэцтэй болгосноор утасны ертөнцийг араасаа дагуулсан гэхэд болно.

Нэгдүгээр бүлэг

Сэдэв найруулах, түүх бүтээх

Сэдэвийн найруулга, түүх бүтээх нь эрч хүчтэй, итгэл төгөлдөр, сонсогчдоо гайхашруулах илтгэл, яриа хийхийн эхний алхам юм. Ердөө хамгийн эхний энэ шатан дээр л мэргэжлийн илтгэгч, ердийн нэгэн муу илтгэгчийн аль нь болхийг түвэггүй ялгаж болно. Ихэнх хүмүүс өөрийн илтгэлийн сэдэвийг найруулж, түүхийг зохиож чаддаггүй. Амжилттай яриа хийгч нар илтгэлийн сэдэвийг сайтар найруулж, хэлэх гэсэн санаагаа ихэд төлөвлөж, ярианы утгыг, илтгэлээр хүрэх гэсэн зорилгоо яг таг тодорхойлсон байдаг. Амжилттай илтгэгч нар нийтийн “дайсан”-г танилцуулж илтгэлдээ өрнөлийг бий болгодог.

Бүлэг болгоний төгсгөлд үзсэн хичээлүүдийн тухай, өнөөдрөөс эхлээд хэрэглэж болох амархан, товч тодорхойлолт тавигдсан байгаа. Тэгвэл энэ бүлгийн товч тодорхойлолтыг ажиглавал :

- **Үзэгдэл-1: Төлөвлөгөө.** Энэ дэд бүлэгт та Стив Жобс шиг агуу илтгэгч нар танилцуулгын бэлтгэл ажлаа компьютер дээр хийхээс эхлээд, олон нийтийн өмнө, дэлгэцэнд гаргах хүртэл өөрийн санаагаа хэрхэн боловсруулж, төсөөлж, төлөвлөж байдагийг мэдэх болно.
- **Үзэгдэл-2: Хамгийн чухал НЭГ асуулт.** Таны сонсогч хэн ч байсан тэд таниас ганцхан асуултыг үргэлж тавих болно: “Надад энэ илтгэл, эсвэл танилцуулга ямар хамаатай гэж?” Хэрвээ та энэ асуултанд хариулахгүй, таны сонсогч нар таны яриаг сонсох гол шалтгааныг та тэдэнд ойлгуулж өгөхгүй бол сонсогчид танхимийг орхин явах болно.
- **Үзэгдэл-3: Бусдад зорилгыг бий болго:** Стив Жобс хорин таван настайдаа аль хэдийнэ 100 сая долларын хөрөнгөтэй болсон байсан. Гэвч энэ нь түүнийг хариуцлага, айдас, алдахаас эмээх гэх мэт сэтгэл зүйн дарамтанд оруулсангүй. Тэрээр, ажил амьдралын арвин туршлагатай захиралуудаас хамаагүй илүү сэтгэл зүйн бэлтгэлтэй байсан нэгэн. Тэгвэл энэ дэд бүлэгээс та Жобсын тэр л нууцыг мэдэх болно.
- **Үзэгдэл-4: Твиттер мэт товч агуулга.** Олон нийтийн сүжээ Twitter нь дэлхийн харилцаа холбооны хэв маягийг ондоо түвшинд аваачсан хэрэгсэл. 140 тэмдэгтэд багтсан мэдээлэл нь хамгийн чухал, хамгийн голыг оносон, хамгийн хэрэгтэй мэдээллийг хэрэглэгчдэд түгээдэг учир Твиттер нь хоромын дотор амжилтыг олсон бизээ. Тэгвэл яг л твиттер шиг товч агуулгыг танилцуулах нь таны илтгэл нуршуу биш, үзэгчдээ залхаахгүй, амжилттай болохын бас нэгэн нөхцөл юм.
- **Үзэгдэл-5: Илтгэлдээ чиглэлийг бий болго.** Стив Жобсын хамгийн хүчтэй арга техник бол “гурвын дурэм”. Үүнийг ашиглаж Жобс нь өөрийн нотолгоо баримтыг дэлгэснээр илтгэлээ амжилттай болгодог.
- **Үзэгдэл-6: Эсрэг дүрийг танилцуул.** Стив Жобс өөрийн ихэнхи илтгэл болгон дээрээ сонсогчиддоо нийтийн дайсан, эсрэг дүрийг би болгодог. Ингээд сонсогчид эсрэг дүрийг хүлээж авсаны дараа харин тэр өөрийн “баатар”-ыг танилцуулдаг.

• **Үзэгдэл-7: Баатарыг танилцуулах мөч.** Жобсын илтгэлийн “баатар”-ыг танилцуулах үе шат нь үнэхээр сонирхолтой. Энэ “баатар” нь ихэнхдээ хэрэглэгчийн амьдралыг хөнгөвчилж, аливаа үйл хэргийн илүү амар, дөт арга замыг санал болгон, урьд нь байсан технологи, саадыг бут цохиж, шинэчлэлт, дэвшлийг сонсогчдын зүрх, чихэнд дуудсаар гарч ирдэг байна. Тийм ч учир тэдний шинэ бүтээгдэхүүн нийгэмд, хэрэглэгчдэд үнэхээр “баатар” мэт байдаг юм.

Үзэгдэл-1

Төлөвлөгөө

Маркетинг бол урлаг, тэр бол театр л гэсэн үг.

Театрын амжилт нь үзүүлбэр, тоглолт, жүжиглэлт гэх мэт гол хүчин зүйлсээс шалтгаалдаг шүү дээ.

- Жон Скалли -

Стив Жобс нь компьютерийн тоон ертөнцөд өөрийн гэсэн арилашгүй мөр, орон зайг бий болгосон ч гэсэн, түүний түүх бичих арга барил, илтгэл тавих техник нь үнэхээр хуучны, сонгодог мэт байдаг. Түүний илтгэл болгон нь хамгийн их шуугиан тарих, үзэгчдээс хамгийн их дэмжлэгийг авах театрийн үзэгдэл мэт байдаг. Түүний үзэгдэл болгон нь киноны бүх сайн элементүүдийг өөртөө асуулсан: зөрчил, өрнөл, оргил цэг, үр дүн, эсрэг дүр, гол дүр баатрууд гэх мэт. Мөн, бүх агуу найруулагчид шиг, Жобс нь гартаа камер барин зураг авч эхлэхээсээ өмнө бүх үзэгдлүүдийг гараараа цаасан дээр бичин найруулсан байдаг. Зөвхөн үүний дараа л компьютер дээрээ санаагаа бичиж, танилцуулгаа бэлэн болгодог байна. Тийм л учир маркетингийг “Apple”-ийн хуучин ЗАХИРАЛ жон Скалли театртэй зүйрлэсэн байх.

Жобс нь жижиг хэсэг болгон дээр ажилладаг. Гарчигний доодох тодорхойлолтоос авхуулаад, слайд хийх, олон нийтийн цуглаан мөн цаашлаад тайзны гэрэлтүүлгийг хүртэл сайтар шалгадаг. Тэр хамгийн жижиг элементийг хүртэл төгс байлгахыг хичээдэг нэгэн. Тэр танилцуулгаа хамгийн сайн дизайнеруудаас зөвөлгөөг аван хийдэг байна. “Бэлтгэл ажлын эхний шатанд үзэг, балаар цаасан дээр санааг сараачиж, ноорогт буулгах нь хожим тоон хэлбэрт шилжүүлж, компьютер дээр оруулахад амжилтанд хүргэхийн гол нөхцөл болж өгдөг”- гэж Гарр Рейнольдс “Зен маягын презентаци” (Presentation Zen) номдоо дурьдсан удаатай. Тэгвэл Жобс нь яг л үүнтэй адил үзэг-ноорог-компьютер-тайз гэдэг дарааллаар явдаг байна.

Дизайнерууд, тэр дундаа “Apple”-ийн хувийн дизайнерууд нь тайзны бичлэг, ерөнхий зураглал ба эрэгцүүлэлд ихэнх цагаа зарцуулахыг зөвлөдөг. Нэнси Дуарте бол Оскарын шагнал авсан Аль Гоорын “Гашуун үнэн” гэх илтгэлийн гол зохион байгуулагч, бүтээгч юм. Тэрээр илтгэл, үзүүлэн, танилцуулга хийх тал дээр хэнийг ч дагуулахгүй, суут хүн. Дуарте нь 20 слайдтай 1 цагийн яриа-танилцуулгыг тавихийн тулд 90 цагийг бэлтгэлд зарцуулах хэрэгтэй хэмээн сургадаг байна. Тэгэх тэгэхдээ түүнийхээр бол энэ бүх цаг хугацаа нь зөвхөн слайдыг бэлдэхэд зарцуулагдах учиртай аж . Эхний 27 цагийг асуудлыг судлахад зарцуулах учиртай ба энэ л үед мэдээллийн цуглуулга, судалгаа, шинжээчдийн зөвөлгөө, хүргэх санаагаа цэгцлэх, ба хамгийн гол нь яриа-танилцуулгын агуулах гол товч түүхийг бүрдүүлэх шаардлагатай гэнэ.

Дугаарлалт, тоочилт огт хэрэггүй

Үзүүлэн бэлдэхээр Powerpoint-ийг нээхэд юу болдогийг та санах гээд үздээ. Компьютерийн дэлгэцэн дээр хоосон слайд гарч ирэх бөгөөд, бүх загварууд нь үг, тайлбар бичих зориулалттай хоёр хуудсас хоосон талбай байна. Гарчиг ба дэд гарчгийг энэ хоосон нүдэнд бичих учиртай гээд цаанаас нь хэлээд, заагаад өгж байгаа юм шиг. Тэгээд л бид энэ нүднүүдэд том гарчиг, туслах гарчгийг бичиж “компьютерийн зааврын дагуу явдаг”. Энэ бол хамгийн эхний том алдаа. Стив Жобсын илтгэлийг ажиглавал үг, өгүүлбэр маш цөөн харагддаг. Одоо тэгвэл <Формат> цэсийг онгойлгохоор , юу хардагаа санадаа - <тоочилт, дугаарлалт> гарч ирдэг. Энэ бол хоердах анхаарлаа хандуулах учиртай асуудал юм. Учир нь Стив Жобсын илтгэл дээр бас л ямар нэгэн дугаарлалт, ангилал, жагсаалт байдаггүй. Ингээд ажиглаад байвал программ нь таныг яг Жобсын хийдэгээс эсрэг маягаар үзүүлэнгээ бэлдэхэд хөтлөдөг юм! Үнэн хэрэгтээ “тоочилт, дугаарлалт” (bullets

and numbering) цэс нь үзэгчид, сонсогчдын сэтгэлд үлдэх, тархинд нь суулгах аргуудаас хамгийн үр дүн багатай гэдгийг дараа дараагийн бүлгүүдээс уншиж ойлгох болно. Дугаарлалт, тоочилтыг дэлгүүрээс авах ёстой юмнуудаа мартагч гээд байвал цаасан дээр жагсаан бичихэд л ашигла, харин бизнес уулзалт, ажил хэрэгт лав биш.

Илтгэл эсвэл танилцуулга нь юуны түрүүнд үзэгдэх байдлаараа үзэгчдийн сонирхолыг татаж байх учиртай. Мэдээж ийм илтгэл нь бас л их цаг хугацаа бэлтгэлийг шаардана. Ялангуяа төлөвлөгөөний хэсэг дээр нилээдгүй цагийг үрж байж үзэгдэх байдлаараа үнэхээр төгс шийдэлтэй үзүүлэнг бий болгоно. Харилцааны, илтгэх урлагийн чиглэлээр зөвлөгч хүний хувьд, би маш олон том том компанийн захирлууд болон бусад дээд тушаалын алба хаагч нарт танилцуулга, яриа хийх, ба илтгэх урлагийн тухай лекцийг нилээдгүй уншиж байлаа. Миний үйлчлүүлэгчдийн нэг нь шинэ бизнесмен ба хоёр сарын турш “Wal-mart”-ын төлөөлөгчтэй уулзахыг оролдож байсан нэгэн. “Wal-Mart”-ийн удирдлагуудад ч түүний санал болгож байгаа технологи нь ихэд таалагдаж түүнтэй уулзаж үзэхээр, туршихаар болсон байна. Үзүүлэнгээ бэлдэж эхэлсэн эхний өдөр, тэр миний зөвлөсөнчлөн өдөржингөө зөвхөн ярих сэдвийн агуулгын тоймыг, сурталчилах барааны өгүүлэлийг бэлдэж байлаа. Ямар ч компьютер, ямар ч PowerPoint-ыг ашигласангүй. Зөвхөн цаас, мөн харандаа (самбар бас фломастер). Ингээд цэгцтэй тойм, агуулга гаргасны дараа тэрээр судалгааны материалдаа орж, слайдаа компьютер дээр бэлдэж эхэлсэн юм. Түүнд реклам, сурталчилгааны албаныханыг сэнхрүүлэхэд 15 минутын турш үзүүлэх 5 слайд л хэрэгтэй байв (их слайдтай бол сайн гэж битгий бодоорой). Агуулга, түүхийг үнэхээр цэгцтэй ойлгомжтой зохиосон байсан учир слайд хийх нь хамгийн амархан, хамгийн богино хугацаа зарсан ажил байв. Түүнд төсөөлөл, ойлголт байсан учир слайдыг танилцуулахад ямар ч хүндрэл гараагүй байна.

Санаж ав - слайд биш, слайдыг агуулах, илтгэгчийн яриа түүх нь л сонсогчдын тархинд үлддэг юм шүү. Слайд бол ердөө таны зорилгодоо хүрэх хэрэгсэл. Стив Жобсын хэлсэнчлэн “Хэрэв хүн, өөрийн ярих юмаа үнэхээр мэддэг бол түүнд PowerPoint хэрэггүй”.

Салфетка - энгийн

Зураглал нь мэдээлэл дамжуулах хамгийн үр дүнтэй арга юм. Хүний тархинд энгийн зураг нь шууд л хадгалагддаг. Тэгвэл ямар нэгэн санаа орж ирвэл компьютерээ асаан, power-

point дээр ч юмуу, ямар нэгэн өөр программыг ашиглан санаагаа дүрслэх гэж оролдохын оронд та санаагаа ердөө салфетка дээр ч гэсэн хамаагүй дүрсэлж тайлбарлаж болох юм (хэрэв мэдээж та юу ярих гэж буйгаа, юу тайлбарлах гэж байгаагаа сайтар ойлгож байгаа бол шүү дээ!). Салфетка нь өөрөө олон олон амжилттай бизнес-санаануудын анхны талбар, үзүүлэн болсон байдаг. Зарим хүмүүс бүр, салфеткан дээр PowerPoint дээр дүрсэлэхээс илүү агуу бизнес санаануудыг байгуулж, бусдыг байлдан дагуулсан байдаг гэвэл та итгэх үү? Cranium компаний үүсгэн байгуулагч, Ричард Тайта нь Нью-Йоркоос Сиетл рүү нисээж байхдаа гайхалтай санаа олон, тэмдэглэх зүйлгүй байсан учир стакантай коктейлны доор байсан салфеткыг аваад, түүн дээр, нэг нэгнээсээ ядаж 1 шинжээрээ ялгагдсан, ширээний тоглоомуудын санаануудыг бичсэн байна. Хожим энэ л санааны ачаар Cranium компани нь дэлхийд шуугиан тарьсан ба Hasbro корпорацид сая сая доллараар зарагдсан юм. Ингээж чухал санаагаа эхлэлийг ердөө ганц салфетка дээр дүрсэлж бүтээжээ. Өөр нэгэн жишээ - South Airlines-ийн үүсэлийн тухай. Тухайн үед хуульч байсан Херд Келлехер нь Сан-Антонио дах клубт өөрийн үйлчлүүлэгч Роллин Кингтэй уулзжээ. Кинг нь багахан нисэх компанийн эзэн байв. Тэр хямд, мөртлөө байнгын үйлчилгээг өөрийн компанидаа нэвтрүүлэхийг хүсэж байлаа. Том том хот, суурин газрыг биш, харин дунд зэрэглэлийн хотуудын хооронд нислэг, үйлчилгээг хийхээр бодсон байжээ. Ингээд л Кинг, уулзалтан дээр, тэр дор нь салфетка аваад дээр нь гурван хотын нэрийг бичин хороонд нь зураасаар холбоод тайлбарлаж эхэлсэн байна. Гайхалтай энгийн зураг салфетка дээр дүрслэгджээ. Келлехер ч энэ санааг нь дэмжиж хуулийн зөвөлгөө өгч, хамтарч, өөрөө хожим нь тэр компанийхаа гүйцэтгэх захирал болсон байна. Ийм маягаар 1967 онд хоёр хүн Southwest Airlines-ийг салфетка дээр бичсэн санаанаас үүсгэн байгуулсан юм. Кинг ба Келлехер нь АНУ-д эдийн засаг, цаг хугацаанд хэмнэлттэй шинэ төрлийн нислэгийн хуваарь, нислэгийн зохион байгуулалтыг бий болгосон

хүмүүс юм. Үүнээс дүгнэвэл, та өөрийн санааг илэрхийлэхийн тулд үнэтэй тоног төхөөрөмж, зураглал, техник, гоц дизайнтай слайд, үзүүлэн хийх хэрэг огт байхгүй. Ийм ч хэрэгсэл байхгүй, дэлхийн хамгийн сайн дизайнер туслаагүй гээд санаагаа бусдад танилцуулахгүй байна гэдэг нь утгагүй. Сэтгэл байвал сэрээгээр газар хагална гэдэг дээ. Хамгийн гол нь тухайн хүнд таны санаа ойлгомжтой байх учиртай гэдгийг сана. Зураглал нь санааг хүнд хоногшуулахад хамгийн дөт зам гэдгийг та дээрх “салфеткан дээрх санаа”-ны амжилт хүргэсэн түүхнүүдээс харсан байх. Бүх санаа, илтгэлийг заавал салфетка дээр бичих учиртай гэж зөвлөхгүй ч, санааг хүнд хүргэхэд ердөө хамгийн энгийн салфетка ч гэсэн бусдыг сэнхрүүлэх зэвсэг, хэрэглэл болж болдог гэдгийг та ойлгосон байх.

Тайзны төвийг эзлэх түүх

“Аливаа илтгэлийг компьютер дээр дүрсжлүүлэн бэлдэхээс өмнө гол агуулга, гол түүхийг боловсруулсан байх нь нэн чухал” – хэмээн Клифф Аткинсон хэлсэн удаатай. Түүнийхээр бол, үзүүлэн бэлдэхэд дараахь дарааллаар явах учиртай гэнэ:



Хамгийн түрүүнд цаасан дээр бичиж, тодорхой утгыг бий болгосны дараа ямар слайд байх, юу дүрслэгдэх, яаж дүрслэгдэх нь тодорхой болж эхэлдэг. Тийм учир хамгийн түрүүнд цаасан дээр бичих нь сайн. Бичсэнээр тархинд байгаа хийсвэр тодорхойлолт чинь өргөжиж, илүү боловсронгуй байдалд хувирдаг байна. Сайтар бичиж, зурсан санааг боловсруулан слайд болгоход илүү амар байдаг.

Сайн үзүүлэнгийн 9 элемент

Гайхалтай үзүүлэн буюу илтгэлийн зохиол нийт 9 хэсгээс бүрддэг.

Цаасан дээр бичиж тэмдэглэх Зурах Боловсруулах

Танилцуулга бэлтгэх программаа нээхээс өмнө та эдгээрийг сайтар хараарай. Зарим нэг элементийн тодорхойлолтыг сүүлд илүү тодорхой авч үзнэ, гэхдээ энэ цагаас эхлээд та, өөрийнхөө илтгэлийн санааг боловсруулж байхдаа доорх зүйлст үргэлж анхаарлаа хандуулах хэрэгтэй.

1. Гарчиг

Таны илтгэлээс юу нь таны сонсогчдын дотор үлдээсээ гэж та хүсэж байна? Тэгвэл сонсогчдын дотор үлдээхийг хүсэж байгаа тэр л санааг та маш богинохон (140 ба түүнээс бага тэмдэгтнээс бүтсэн), мартагдахааргүй байхаар боловсруулах учиртай юм. Стив Жобс “iPhone”-ийг танилцуулж байхдаа тайзан дээр гараад “Өнөөдөр “Apple”, гар утасны ертөнцөд хувьсгалыг авчирна!” (today, “Apple” reinvents the phone) гэж зарласан. Тэгвэл энэ нь түүний илтгэлийн гарчиг нь байсан гэсэн үг. Ямар ойлгомжтой, энгийнээр бүтээгдэхүүний мөн чанарыг энэ гарчиг нь тайлбарлаж байгааг та харж байгаа байх. Үнэхээр л “iPhone” нь гар утасны зах зээлд хувьсгалыг авчирсан юм. Үүнтэй хэн ч маргахгүй. Тэгвэл яг үүн шиг, таны илтгэлийн гарчиг ч гэсэн таны илтгэлийн агуулгыг бусдад тайлбарлаж байдаг юм. Гарчиг нь яагаад заавал таны илтгэл, танилцуулгыг сонсох учиртайг сонсогчдод тань хэлж өгдөг байх ёстой. Сонирхол татахаар гарчиг өгөхийн тулд сонин их унш. Жишээ болгож би доор, “USA today”-ийн сонирхол татсан гарчигуудыг сийрүүллээ. Сонирхуулбал:

* Улам нимгэн, улам тансаг – “Macbook”

* “IPod” - 1000 дуу, таны халаасанд Гэх мэт.

2. Сонсогчдыг алмайруулах нотлогоо

Сэдэвтээ бүрэн орох. Мэтгэлцээний урлагийг үндэслэгч Аристотель нь амжилттай илтгэгч бүр “patos” буюу ярих сэдэвдээ өөрөө маш их сонирхол, хайрыг өгсөн байх учиртай гэж хэлсэн удаатай. Гэвч яагаад ч юм маш цөөн илтгэгч нар л өөрийнхөө илтгэлд, ярьж буй зүйлдээ сэтгэлээсээ ханддаг. Ярьж буй сэдэвтээ өөрөө дурлаагүй, өөрөө бүрэн автаагүй бол тухайн илтгэгч хэзээ ч, ямар ч сонсогчийг сэнхрүүлж чадахгүй. Стив Жобсийн илтгэл болгоноос түүний урам зориг, сонирхол нь цацарч, гадаад ертөнцөд мэдрэгдэж байдаг. Хамт ажиллагсад, сэтгүүлч нар хүртэл түүний энэ л эрч хүч нь тэдэнд ховс мэт нөлөөлдөг гэж хэлж байсан удаатай. Алмайруулам, сонсогчдыг гайхашруулах нотолгоо, тайлбар нь урт байх шаардлагагүй, үүнд ердөө хэдхэн минутийг л зарцуулахад хангалттай. Хамгийн гол нь ярьж буй зүйл, хийж буй ажилдаа үнэхээр чин сэтгэлээсээ хаднаж, сэтгэл зүрх бүх юмаа зориулж, ярьж буй сэдэвтээ үнэхээр сонирхолтой, хайртай, дуртай байж чадвал таны энэ эрч хүч, энэ сэтгэл тань сонсогчдод тань ч гэсэн ховс мэт нөлөөлөх болно гэдэгийг үргэлж сана. Тийм учир сэдэвтээ дурлах нь маш чухал

3. Гурван гол мэдээлэл

Тэгэхээр танд гарчиг, мөн гарчгийг дэмжих багахан хэмжээний нотолгоо, тайлбар байгаа. Үүний дараа тэгвэл та, таны сонсогчдод заавалчгүй мэдэх ёстой гурван гол санаагаа түгээх учиртай. Эдгээр гурван санаа нь 10 настай хүүхэд ч цаасан дээр тэмдэглэлгүй шууд тогтоож болмоор тийм л энгийн санаа, “сьюрприз” байх учиртай юм. Та, таны сонсогч 3 -аас илүү хоорондоо холбоогүй санааг толгойндоо хадгалах чадвартайг мэдэх учиртай. Тэгвэл энэ л чанарыг нь ашиглаж хамгийн хэрэгтэй гэсэн 3 санаагаар сонсогчдынхоо тархийг дүүргээрэй. Хожим энэ гурван, энгийн, богинохон гол санаанууд нь тусгай үзэгдлээр баяжуулагдах учир энэ гурван санааны хүргэлт, боловсруулалт, эрэмбэд нь гол анхаарлаа хандуулаарай.

4. Зүйрлэл ба төс

Гарчиг, гурван гол санаан дээр ажиллаж байхдаа, та үгний сонголт, ямар үг хэллэг, ямар зүйрлэл нь таны илтгэл, яриаг амжилттай болгох талаар бодож байх учиртай. Жишээ нь Аристотель аливаа яриа, мэтгэлцээнд хамгийн хэрэгтэй, хамгийн чухал хэрэгслэл нь зүйрлэл гэж хэлсэн байдаг. Зүйрлэл нь маркетингийн, рекламний, мөн PR салбарт хамгийн эрэлттэй, итгэлтэй хэрэгсэл байсаар ирсэн. Жобс ч гэсэн зүйрлэлийг итгэлдээ ашигладаг байсан. Тэрээр, өөрийнхөө бас нэгэн алдартай илтгэл дээрээ “Миний хувьд компьютер бол дэлхийн түүхэн дэх, хүн төрөлхтний мэдэлд байсан хамгийн гайхалтай хэрэгсэл. Яагаад хамгийн гайхамшигтай нь вэ гэвэл, компьютер нь яг л тархи шиг нарийн бүтэцтэй зүйл юм” хэмээн гэж хэлсэн байдаг.

Саяхан, би нэгэн маш сонирхолтой зүйрлэлийг өөрийн шинэ вирусны программ болох Касперскийтай танилцаж байхдаа харсан юм. Ямар зүйрлэл байсан бэ гэвэл, программ дотор, дундад зууны бүх хамгаалалт, хуяг, дуулгаа бүрэн өмссөн цэргийн дүрс байсан бөгөөд, хажуухан талд нь “Бүү гунь, найдвартай хамгаалалттай байсан үе таньд бий” хэмээн гарчигласан байна. Энэ нь орчин үеийн Интернетийн хамгаалалтыг дундаж зууны хүнд, хуяг дуулга өмссөн бүдүүлэг хамгаалалттай харьцуулсан байгаа юм. Мэдээж энэ нь Касперский, бусад антивирусны программтай өөрсдийгөө зүйрлэж байгаа зүйрлэл нь юм. Компани, энэ зүйрлэлийг өөрийн сайт дээрээ ашигласан ба, компанийн сурталчилгаа, маркетингийн ажилд энэ дүрс, энэ гарчиг олонтаа харагддаг. Төс гэдэг нь зүйрлэлтэй тун ойролцоо, бас аливаа ярианд маш их хүч, өнгийг өгч байдаг бас нэгэн хэрэглүүр юм. Зүйрлэл, төс хоёр нь хоорондоо юугаараа ялгаатай вэ гэвэл зүйрлэл нь нэг юмыг нөгөөгөөр илэрхийлж хэлдэг бол, төс гэдэг нь хоёр өөр зүйлийн ижил хэсгийг харуулдаг юм. Төс нь таньд болон таны сонсогчдод мэдэхгүй тодорхойлолт, мэдэхгүй зарчмийг ойлгоход тань туслаж байдаг. Жишээ нь, "Микропроцесс - энэ бол таны компьютерийн тархи нь юм" гэж маш чадварлаг ашигласан төс байна. Үнэхээр зарим талаараа компьютерийн процессор нь яг л хүний биеийн тархи шиг үүрэг гүйцэтгэдэг. Процессор, тархи - энэ нь адил шинж чанартай хоёр өөр зүйлүүд. Илтгэлдээ сайн төсийг хэрэглэх нь үнэхээр ашигтай. Хэвлэл мэдээлэлийнхэн ч гэсэн иймэрхүү сонирхолтой зүйрлэл, сонирхолтой үг хэллэгэнд соргог ханддаг болохоор тэр.

Жобс төс болон зүйрлэлийг ашиглах үнэхээр дуртай, ялангуяа тэд нар нь “Microsoft”-той холбогдсон байх нь элбэг. “Wall Street Journal” -ийн Уолт Моссбергтэй хийсэн ярилцлагын үеэр Жобс: "Маш олон хүн, “Itunes”-ыг (дууг цомгоор нь худалдаж авах биш, таалагдсан

дуугаа нэг нэгээр нь худалдан авч сонсож болдог анхны программ) Windows-т зориулагдсан хамгийн сайн программ хэмээн сонгосон, Windows үйлдлийн систем дээрх “Itunes” нь яг мөстэй кола шиг, тамд шатаж буй хүмүүст цэл хүйтэн мөстэй кола өгч баярлуулсан мэт явдал болсон” хэмээн хэлсэн байна.

5. Танилцуулга

Жобсын илтгэлийн ихэнхи хувийг баримтууд эзэлдэг. 2007 онд Дэлхийн “Apple”-ийг Хөгжүүлэгчдийн Хурал (WWDC) дээр хийсэн илтгэл дээр Leopard хэмээх кодчилсон нэртэй шинэ үйлдлийн систем болох OS X-ийг танилцуулахдаа Жобс нь энэ шинэ үйлдлийн систем 300 шинэ функцтэй болсон хэмээн зарлажээ. Тэдгээр 300 функцээс ердөө 10-ийг нь л Жобс илтгэлдээ сонгож, онцлон үзүүлсэн юм. TimeMachine

(нөөц хуулбарыг автоматаар бүтээх), Boot Camp (Windows XP болон Vista-г Mac дээр ажиллуулах), бас Stacks (файлын зохион байгуулалт) гэх мэт. Слайдан дээр функцуудыг хураангуйлан жагсаан бичсэн байсан ч Жобс тэдэнд тайлбар, жижиг өгүүлэмж өгүүлэхийн оронд, компьютер дээр өөрөө суугаад тэд хэрхэн ажиллаж байгааг харуулсан юм. Мөн тэр, хэвлэл мэдээллийхэнд ч гэсэн ямар функцын юуг бичих ёстой гэдгийг сонгож өгдөг байна. Хэвлэл мэдээллийнхэнд бичих сэдвийн эрх нь өөрсдөд нь байдаг ч гэсэн, Жобсын сонгож өгсөн сэдэв, функцын тодорхойлолт нь үнэхээр сайн байдаг учир тэд ч энэ жишгээр мэдээгээ бэлтгэх нь элбэг.

Үүн шиг олон нийтэд үзүүлчихмээр функцууд таны бүтээгдэхүүнд байгаа юу? Хэрвээ тийм бол, та өөрийн илтгэлийн зохиомждоо тэр үзүүлэлтүүдийг бичээрээ. Учир нь таны сонсогчид бүтээгдэхүүн болон үйлчилгээг тань нүдээрээ харж, барьж, мөн туршиж үзэхийг хүсэж байдаг. Тиймээс та өөрийн бүтээгдэхүүний амжилтанд хүрэх замыг нь нээж өгөөрэй.

Өөрийн компанидаа хөрөнгө оруулалт хайж буй нэгэн захиралийг би таньдаг байсан юм. Түүнд туслахын тулд би “Golden Sachs”-ийн хөрөнгө оруулагчидтай ажилласан билээ. Компани компьютерийн дуугаралтанд зориулсан шинэ процессорийг бэлтгэх ажлыг хийж байсан ба бид түүний илтгэл дээр ажиллаж байхад тэр хумсийн чинээхэн жижиг процессор авчраад, "Та нар энэ жижиг зүйл ямар хэмжээний дуу гаргаж чадахыг төсөөлөх ч үгүй! Зүгээр л сонсоцгоо" гэж хэлээд тэр өөрийн компьютер дээрх дууны файлууд ороод дуу тавьсан юм. Түүний чимээ тэр өрөөнд сууж байсан хүн болгонд гүн сэтгэгдэл үлдээсэн бөгөөд, бид яг ийм л үзүүлбэрийг чадалтай хөрөнгө оруулагчдад компаниа танилцуулахдаа үзүүлэх хэрэгтэй юм байна даа гэдгийг ойлгож илтгэлд нь оруулсан юм. Илтгэл ч амжилттай болж, тэрээр компанидаа чухал хөрөнгө оруулалт олж авч чадсан шүү. Сүүлд над руу чухал хөрөнгө оруулагчдийн нэг нь залгаад "Таныг юу хийснийг би мэдэхгүй ээ, гэхдээ түүний илтгэл гайхалтай байсан шүү" гэж хэлж байсан удаатай. Үнэнийг хэлэхэд, яг тэр үед надад Стив Жобсын санааг хэрэглэсэн гэдгээ хэлэх эр зориг байгаагүй юм.

6. Хамтрагчид

Жобс илтгэлийн тайзаа бүтээгдэхүүнүүдтэйгээ хуваалцдаг шиг, хамтрагчуудтайгаа ч мөн адил хуваалцдаг байна. 2005 оны 9 сард Жобс олон нийтэд Маддонагийн бүх альбом “Itunes” дээр тавигдана хэмээн мэдэгдсэн. Гэтэл дэлгэцэн дээр гэнэтхэн л Маддоногийн веб-камер

гарж ирсэн ба, дуучин маань өөрийн дуунуудаа хэзээ “iTunes”-ээр дамжуулан татаж авч болохыг тэсэн ядан хүлээж байгаагаа зарлажээ. “Apple”-ийг амжилтанд хүрэхэд том үүрэг гүйцэтгэсэн хүмүүстэй Жобс дандаа тайзаа хуваалцдаг ба хамтрагчид нь алдартай дуучид, Intel, Fox, эсвэл Sony гэх мэт том том компанийн захиралууд байх нь цөөнгүй шүү.

7. Хөндлөнгийн этгээдийн сэтгэгдэл

Таны бараа бүтээгдэхүүнийг чанартайг нотлох, гэрчлэх хэрэглэгчдийн санал, эсвэл зөвлөгөөг хэрэглэгчдэд үзүүлэх нь худалдааны эргэлтийн чухал хэсэг юм. Санхүүгийн төсөв багасаж байх хэцүү үед маш цөөн тооны хүмүүс л анхдагч хэрэглэгчид байхыг хүсдэг. Таны үйлчлүүлэгчид амжилтын түүхийг тань сонсохыг хүсэцгээдэг ба үүний тухай ярих нь ялангуяа жижиг компануудад илүү чухал байдаг байна.

Таны маркетингийн баримт, нотолгоо, танилцуулга тань гайхалтай тод, ойлгомжтой, хамгийн төгс бараа мэт харагдуулах боловч, хэрэглэгчид тухайн барааг үйлдвэрлэгчийн үг, магтаалд үргэлж хэдхэн хувийн итгэлтэй ханддаг.

Бүтээгдэхүүний амжилттай эхлэлд ихэвчлэн туршилтын арга хэмжээнд оролцож байсан зарим нэг хэрэглэгчид оролцдог ба тэд таны бүтээгдэхүүний чадварыг нотлож чаддаг байх ёстой юм. Тиймээс та өөрийн төлөвлөгөөндөө гэрчлэгч хэргэлэгчдийг зайлшгүй байлгах хэрэгтэй. Энэ талаар та бага хэмжээний илтгэл бичээд, түүнийгээ сайтан дээрээ байрлуулах, эсвэл танилцуулагдаа ч оруулж болох юм. Харин хэрэглэгчдээ өөрийн биеэр илтгэлдээ нэгдэхийг урьвал илүү сайн.

Харин танд гуравдах эдгээдээр хийгдсэн таны бүтээгдэхүүний талаарх товч танилцуулга байгаа юу? Хэрвээ байгаа бол, түүнийг заавал хэрэглэх хэрэгтэй. Өөрийн үг (Аман хэллэг) нь маркетингийн үр дүнтэй аргуудын нэг, бөгөөд таны хэрэглэгчид хэвлэл нийтлэлийн эсвэл тэдний хүндэлдэг хүний амнаас батлагааг харах үед, тэнд худалдан авалт хийх шийдвэр гаргахад дөхөм болдог байна.

8. Видеоклип

Маш бага хүмүүс л өөрийн илтгэлдээ бичлэг ашигладаг бол харин Жобсынхт видео бичлэг багагүй байдаг. Заримдаа тэр ажилчдынхаа шинэ бүтээгдэхүүн дээр ажиллах нь тэдэнд ямар их таалагддаг тухай ярьж байгаа бичлэгийг үзүүлдэг. Мөн түүнчлэн Жобс бүтээгдэхүүнийхээ сүүлийн үеийн рекламуудаасаа үзүүлэх дуртай. Тэр бараг л бүх чухал бүтээгдэхүүнүүдийн танилцуулга дээр багахан видео заавалчгүй оролцуулдаг ба, энэ уламжлал нь 1984 оны ““Macintosh””-ийн алдартай рекламаас л эхэлсэн түүхтэй. Зарим нэг зар рекламыг тэр бүр хоёр удаа үзүүлдэг байна. 2008 оны 6 сард WWDC дээрх өөрийн илтгэлийн төгсгөлд Жобс, илүү өндөр хурдтай интернэтэд холбогддог, гар утасны зах зээл дээр борлуулагдаж байгаа бусад загваруудаас бага өртөгтэй шинэ “iPhone” 3G-ийн талаар мэдэгдсэн юм. Тэр "Арай гэж “iPhone”-ыг ялж чадахаар утас хийгдлээ!" гэсэн уриан дор энэ рекламаа үзүүлсэн ба 30 секундын бичлэг дууссаны дараа Жобс "Энэ үнэхээр гайхалтай биш байна гэж үү? Үүнийг дахиад үзэхийг хүсэж байна уу? Дахиад нэг удаа үзэцгээе. Надад энэ реклам үнэхээр таалагдаж байна!" хэмээн хэлж байжээ.

Илтгэл, танилцуулга дах видеоклип нь таныг бусдаас ялгагдахад тань туслах болно. Та өөрийн танилцуулга дахь видеоклипдээ реклам, ажилчдын шүүмж, таны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж байгаа хүмүүс, мөн түүнчлэн гэрчлэгч хэрэглэгчдийг (таны бүтээгдэхүүнийг урьд нь хэрэглэж үзсэн ба чанартайг нь өөрийн биеэр гэрчлэх хэрэглэгчид) ч харуулж болох юм. Сэтгэл хангалуун байгаа үйлчлүүлэгчид таны бүтээгдэхүүний талаар өөрөө ирж таны танилцуулга дээр ярихгүй байг л дээ, гэхдээ ядаж түүний ярьж байгаа богино хэмжээний бичлэг байвал ямар вэ? Та бүх л компьютер дээр хэрэглэж болох MPEG, Windows Player эсвэл Quicktime дээр амархаан өөрийн бичлэгээ оруулчихад болно. YouTube дээрх түгээмэл клипүүдийн дундаж хэмжээ нь 2.5 минут байдагчлан бидний юманд анхаарлаа хандуулах хугацаа хязгаартай байдаг. Тиймээс видео нь сонсогчдын анхаарлыг татах сайхан боломжыг өгдөг боловч, хэрвээ хэтэрхий урт болчихвол тэндийг унтуулчихаж мэднэ шүү. Тиймээс 2-3 минутаас илүү урт бичлэгүүдээс зайлс хийгээрэй.

Бүр ямарч техниктэй холбоогүй сэдвэнд хүртэл видео хамгийн гайхалтай хэрэгсэл гэж үздэг юм. Нэг удаа би АНУ-ийн зүүн эрэг орчмын газарт төлөвлөгдсөн Калифорний гүзээлзгэний компаныханд цуврал илтгэл, танилцуулга хийхэд нь тусласан юм. Хорооны гишүүд надад тариаланчдын гүзээлзгэнээ хурааж байгаа, мөн өөрийн хайраа эдгээр жимснүүдтэй, тэдний ургаж байгаа газартай хуваалцаж байгааг харуулсан, богино хэмжээний видео үзүүлсэн юм. Гүзээлзгэний дурслэл үнэхээр гайхалтай байсан ба би энэ бичлэгийг цахим видеоклип болгоод, танилцуулгадаа оруулахыг санал болгосон юм. Илтгэлийн үеэр миний үйлчлүүлэгчид энэ видеог "Бид та нарыг Калифорни дахь гүзээлзгэний талбайд очиж үзээгүй гэдгийг ойлгож байна аа, гэхдээ та нар одоо тэндэхийг очиж үзсэн мэт мэдрэх болно" хэмээн хэлж эхлүүлсэн бөгөөд энэ видеоклип нь илтгэлийн хамгийн сайхан, дурсамжтай хэсэг нь болж өгсөн юм даа.

9. Дэлгэрэнгүйгээр харуулах буюу "үзүүл бас ярь"

Хүрээлэн буй дэлхийг хүлээж авах арга барилаараа ялгагддаг гурван янзын хүмүүс байдаг ба тэд нь харж мэдэх (харааныхаа

тусламжтайгаар мэдээллийг хүлээж авдаг хүн, энэ нь хүн амын ихэнх), сонсож мэдэх (сонсгол дээрээ тулгуурладаг), мөн барьж мэдрэх (хүрж бас мэдрэх дуртай) гэж хувааддаг байна. Тиймээс танд эдгээр гурван төрөлд тохирсон арга барилууд хэрэгтэй. Илтгэл нь зөвхөн слайдуудаас бүрдсэн байх ёсгүй бөгөөд самбар эсвэл бүр мэдрэгчтэй дэлгэцтэй компьютер ч ашиглаж болох юм. Та өөрийн бүтээгдэхүүнийг танилцуулахдаа харж, хүрч, хэрэглэж болохоор дэлгэрэнгүй зүйлүүд авч ирээрэй. 12 дахь үзэгдэл дээр та эдгээр гурван төрлийн тухай илүү ихийг мэдэж авах болно.

Ихэнх мэдээлэгчид слайдуудад хэтэрхий санаа тавьдаг: Ямар үсгийн хэв (шрифт, үсгийн фонд) хэрэглэх вэ? Гэх мэт хэрэггүй зүйлд анхаарлаа их хандуулдаг. Жагсаалтууддаа зураас эсвэл тодорхойлох цэг хэрэглэх үү? График энд тавих хэргэтэй юу үгүй юу? гэх мэт нь буруу асуултууд юм, ялангуяа төлөвлөлтийн хэсэгт. Хэрвээ та мэдээжийн бүтээгдэхүүн яриад байгаа бол, дэлгэцэн дээрх зурагныхаа хажуугаар бас тэднийг үзүүлэх өөр арга замуудыг олох хэрэгтэй юм. 2008 оны 10 сарын 14-нд Стив, 1 хуудас хөнгөн цагаанаар хийгдсэн, "MacBook"-ийн шинэ урсгалыг танилцуулсан бөгөөд түүнийг үйлдвэрлэлийн үйл ажиллагааны тухай ярьсаны дараа, "Apple"-ын ажилчид хүмүүст нүдээрээ харж, гартаа

барих боломжийг олгохын тулд, үзэгчдийн дунд хэдэн ширхэг загвар тараасан юм.

Ингэснээр хэрэглэгч таны яриад буй зүйлийг бодитоор мэдрэх тул анхаарлаа хандуулах нь гарцаагүй болно.. Слайдууд нь таны бүтээгдэхүүний тухай түүхийг ерөөсөө ярихгүй бөгөөд, түүнийг та л ярих ёстой. Харин слайдууд түүхийг нөхөж л өгдөг юм. Таны ямар программ хэрэглэж байгаа чинь чухал биш, бас программ хангамж нь таны илтгэлийн гол нөлөөлөх хүчин зүйл биш. Харин Яригч (илтгэгч) л хамгийн чухал нь гэдгийг санах хэрэгтэй. Мөн нэмэж хэлэхэд Жобс зөвхөн 2002 оноос л “Apple”-ын Keynote программ дээр илтгэл бэлтгэж эхэлсэн бөгөөд гэтэл гайхамшигт илтгэлүүдээ аль 1984 оноос хийж эхэлсэн юм. Тийм учраас программ хангамжыг шийдвэрлэх нөлөөтэй гэж үзэж болохгүй. Жобсын “PowerPoint”-ийг биш, харин “Keynote”-ийг хэрэглэдэг гэдэг бодит баримт нь хэрвээ та бас “Keynote”-ийг хэрэглэвэл, таны илтгэл илүү сайн болно гэсэн үг ерөөсөө биш. Хэрвээ илүү их цагийг слайдан дээрээ биш харин зохиолийн бэлтгэлдээ зарцуулбал, та өөрийн сонсогчдоо байлдан дагуулж чадах болно.

Шинэ санаагаа бичихдээ тэмдэглэлийн дэвтэр эсвэл самбар ашиглаарай. Энэ нь танд өөрийн түүхээ үзүүлэхэд чинь, мөн бүрдүүлэх хэсгийг амархан болгоход тань туслах болно. 1996 онд хөрөнгө оруулагчид захирал Жила Амелиог халж оронд нь Жобсыг “Apple”-д буцааж авчээ. Жила Амелио компанидаа 40-өөс илүү бүтээгдэхүүн бүтээсэн байсан боловч алийг нь зах зээлд нэвтрүүлэхээ товлож чадахгүй байсан юм. Лендр Кани энэ тухай <Стивын тархин дотор> (Inside Steve's Brain) номондоо, Стив өрөөндөө компаний бүх том захирлуудыг дуудсан талаар бичсэн байдаг. Түүн дээр Жобс 2x2 хэмжээтэй энгийн самбар дээр тэр 'хэрэглэгч' ба 'мэргэжилтэн', харин хажуу талд нь 'зөөврийн' ба 'ширээний' гэж бичсэн юм. Ингэж бичсэнээр Жобс хөрөнгө оруулагчдад “Apple” компани юун дээр төвлөрч ажиллах тухай төвөггүйхэн ойлгуулж чадсан юм.

Та самбар, тэмдэглэлийн дэвтэр, эсвэл бүр тасархй цаас байсан ч түүний тусламжтайгаар өөрийн санаагаа үзүүлж болно.

Аристотелийн үнэмшилтэй нотолгоонуудын зарчим

Стив жобсын илтгэл нь үнэмшилтэй нотолгоо зарчмуудыг бүтээхийн тулд Аристотелийн классик төлөвлөгөөг мөрддөг юм:

- 1. Түүх ярих, эсвэл сонсогчдынхоо анахаарлыг татахаар баталгаа боловсруулах хэрэгтэй.*
- 2. Шийдэгдсэн байх ёстой асуудал эсвэл асуулт үзүүл.*
- 3. Таны асуудалд сөхөгдөөд байгаа хариултыг санал болго.*
- 4. Таны амлаж байгааа шийдвэрүүдийн ашигуудыг тодорхойл*

Санамж

* Илтгэл, танилцуулгын бэлтгэлийн программыг нээхээсээ өмнө, удаан хугацаанд төлөвлөх хэрэгтэй.

* 9 элементүүдээс (хүсвэл -бүгдийг нь), таны илтгэлийг хүчтэй болгоход туслах, заримыг нь ашиглаарай. Гарчиг, нотолгоо, гурван гол мэдээллийн санаа, зүйрлэл ба адилтгал, жагсаалт, хамтрагчдын илтгэл, хэрэглэгчийн сэтгэгдэл, видеоклип ба тулгуур)

* Стив Жобсынх шиг илтгэл, танилцуулга бэлдэхэд компьютерийн программ ямар байх нь гол биш. Жобс KeyNote-г ашигладаг ч гэсэн, та PowerPoint дээр түүнээс илүү үзүүлэнг хийж болох юм.

Хамгийн чухал нэг асуулт

Та илтгэлээ бэлдэхдээ яаран тоног төхөөрөмж ашиглах гэж бүү оролдоорой. Харин сонсогчдын мэдрэмжид хүргэхийн тулд юуг ашиглавал таатай санагдах тухай эхлэж бодох хэрэгтэй.

-Грегори Бернс-

1998 оны 5 сард “Apple”-ын компьютерийн зах зээлд эзлэх хувь нь 4% хүртэл унчихсан байсан ба үүнийг сэргээхийн тулд шинэ бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нийлүүлэхээр болжээ. Жобс шинэ, гялалзсан “iMac”-ыг танилцуулж байх үедээ, тэр ийм компьютер бүтээх болсон шалтгаанаа хэрэглэгчийн сонирхол болон шинэ үйлдлийн системийг давуу талуудтай холбон тайлбарсан юм.

“Хэдийгээр тэр урьдынхтай адил “Macintosh” боловч, бид өөрсдийн хэрэглэгчдийн гол хүсэл болох интернетэд хурдан бас амархан ордог болгохыг зорилгоо болгон ажилласан билээ. Бид энэ зах зээл дээрх бүх бүтээгдэхүүнийг судласан бөгөөд тэдэнд бүгдэд нь маш олон доголдолтой шинж чанар байдгийг олж илрүүлсэн юм. Хамгийн эхний ерөнхий шинж чанар нь тэд бүгд маш удаан ажилладаг, бүгдэнд нь хуучирсан чип ажилладаг байна. Хоёрдугаарт, тэд бүгд хамгийн муу төдийгүй туйлын царай муутай дэлгэцтэй гэхэд болно. Сүлжээний холбогчгүй, хуучирсан оролт, гаралтаар бүтээгдсэн байдаг. Энэ бүгд нь тэднийг хэрэглэхэд байнгын асуудал үүсгэдэг гэсэн үг юм. Энэ байдал хэрэглэгчдийг туйлын сэтгэл ханамжгүй, аймшигтай байдал руу хүргэж байна. Тэгэхээр харин одоо “iMac”-ын талаар ярьхыг минь надад зөвшөөрнө үү...” гэжээ.

Бүтээгдэхүүнүүдийн сул талуудыг тайлбарласны дараа сонсогчид “iMac”-ыг хурдан, гайхамшигтай 15 инчийн гайхамшигт монитороор тоноглогдсон, их хэмжээний ой санамжтай, оюутнуудад бас гэрийн хэрэглэгчдэд зориулсан хэрэглэхэд хялбар, сүлжээнд холбогддог бүрэлдэхүүн хэсгүүдээс бүрдсэн гэдгийг нь мэдэж авцгаалаа. Эцэст нь Жобс өөрийн хэв маягаараа тайзны голд байсан шинэ компьютерийнхаа хучилгыг авч гэнэтийн бэлэг үзэгчдэд барьсан юм.

Ингэснээр хэрэглэгчид өөрсдийн хамгийн чухал асуулт болох “iMac” надад ямар хэрэгтэй юм бэ? гэдгийг төвөггүйхэн, бас сонирхолтойгоор ойлгож авах болно.

Таны сонсогчид, тэднийг мэдээллээр хангаж, сургаж, бас хөгжөөхийг хүсэцгээдэг. Илүү тодуулбал таны бүтээгдэхүүний тухай мэдээлэл өгч, тэдэн дээр яаж ажиллахыг зааж байх явцад, тэднийг уйтгарлуулахгүйн тулд хөгжөөхийг хэлж байгаа юм.

Мөн хамгийн түрүүнд, аливаа худалдан авагчид, бараа бүтээгдэхүүнийг авахаасаа өмнө “энэ надад ямар хэрэгтэй юм бэ?” гэсэн нэг л асуултыг өөрсдөөсөө асуудаг байна. Урьд талын хуудсан дээр гарсан “iMac”-ын тухай яриаг эргэн харья. Жобс “Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл...” хэмээн улам тодорхойлж, ирээдүйн хэрэглэгчдэд, түүний шинэ бүтээгдэхүүн нь яагаад хэрэгтэй болох талаар сайтар ойлгуулж өгсөн байна.

Олны яриа оргой

Олон жилийн турш “Apple” компани нь Intel-тэй ширүүхэн өрсөлдсөн. Зөвхөн бараа бүтээгдэхүүнээрээ ч биш, 1996 онд “Intel”-тэй бие биенрүүгээ илт дайрч давшилсан реклам, сурталчилгаа хийн өрсөлдөж байсан юм. Тэгвэл 10 жилийн дараа Apple нь “Intel”-тэй удаан хугацаанд хийсэн ‘дайн’-аа зогсоож, бүр хамтран ажиллахаар болж, шинэ Macintosh нь “IBM”-ийн PowerPC-гийн процессор биш, харин “Intel”-ийн процессортойгоор гарах болно гэсэн мэдэгдэлийг 2005оны 6 сарын 6-нд Сан-Франциско дах WWDC дээр хийжээ.

Процессорыг солих тухай чимээ аль хэдийнээ хэдэн сарын турш мэргэжилтнүүдийн гол ярианы сэдэв болоод байсан бөгөөд тэд ч энэ процессорын шилжилтын талаар тийм ч сайн амтай байсангүй. Мөн түүнчлэн “eWeek”-ийн сурвалжлагчид удаан хугацааны турш бүтээгдэхүүнүүдэд нь гайхалтай сайн ажилласаар ирсэн PowerPC-гийн процессорыг “Intel”-ийнхээр солино гэдэг мэдээллийг “Итгэхийн аргагүй юм” гэсэн гарчигтай нийтлэлд бичиж байлаа. Программист, хөгжүүлэгчдийн ихэнх нь ч гэсэн энэ шийдвэрийг, энэ санааг дэмжихгүй байсан учир Жобс тэдэнд, өөрсдийн энэ шийдвэрийг ямар зөв зүйтэй зүйл болохыг тайлбарлах шаардлагатай боллоо. Түүний илтгэл энэ удаад илүү үнэмшилтэй, бас хүчтэй болсон ба өөрийн шулуун бөгөөд энгийн хэллэгийг ашиглаж шүүмжлэгч хүмүүсийн ихэнхийг нь бодлоо өөрчлөхөд хүргэсэн байна. Жобс олон юм нуршилгүй, хамгийн гол, чухал асуулт болох “хэрэглэгчид энэ асуудал ямар хамаатай юм бэ?” гэдэгт хариултыг өгсөн юм.

“Тиймээ, энэ үнэн. Бид PowerPC-ний процессороос “Intel”-ийн процессор руу шилжих шилжилтийг эхлүүлэхээр бэлдэж байна. Яагаад гэж үү? Бид OS-9 үйлдлийн системээс OS X-руу шилжилт хийж чадаагүй гэж үү? Бид ирээдүйгээ хардаг, холын хараатай хэрэглэгчдэд зориулж илүү сайн компьютер хийхийг хүсэж байгаа юм. Би яг энэ газраа 2 жилийн өмнө зогсоод, та нарт үүнийг амлаж байсан (дэлгэцэн дээрх слайдэн дээр 3 GHz процессортой нотебүүкний дүрс гарж ирэв), гэвч бид үүнийг хийж чадсангүй ээ. Би та нарын ихэнхийг итгэмээргүй хүчин чадал бүхий нотебүүк хэрэглэхийг хүсэж байгаа гэдэгт мөрийцөхөд ч бэлэн байна. Харин гол асуудал нь ирээдүйд бид та бүхэнд зориулан гайхалтай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхийг хүсэж байгаа боловч бид PowerPC-ны одоогийн энэ хүчин чадлаар урагш ахиж дэвших боломжгүй бөгөөд та нарын урмыг хугалхаас цаашгүй байдалд ирчихээд байна. Яг ийм учраас л бид үүнийг солихоор шийдсэн юм” хэмээн Жобс маш үнэмшилтэй нотолгоог дэлгэн харуулсан ба тэр өдөр “Apple”-ийг процессороо солих нь зөв алхам гэдгийг хүлээн зөвшөөрөөгүй хүн бараг үлдээгүй юм даа.

Надад ямар хамаатай юм бэ?

Та өөрийн илтгэлийг төлөвлөж байх үедээ, энэ бүхэн таны тухай биш гэдгийг байнга бодож байх хэрэгтэй. Таны илтгэлийг сонсохоор

ирсэн хүмүүс өөрсөддөө “энэ надад ямар хамаатай юм вэ?” гэсэн нэг л асуулт тавина. Хэрвээ та илтгэлийнхээ эхний секундээс л үүнд хариулж эхлэх юм бол, сонсогдчынхоо сонирхолыг өөртөө татаж чадах болно.

Би нэгэн захиралд илтгэл тавих зөвөлгөөг өгч байсан юм. Тэр шинжээчдийн өмнө өөрийн үйлчилгээг танилцуулах хэрэгтэй байсан бөгөөд надаас илтгэх урлагийн туслалцааг хүссэн нь тэр. Би түүнээс, илтгэлээ хэрхэн эхлэхээр зэхэж байгааг асуухад тэр надад ихэнхи хүмүүсийн адил уйтгартай, нуршуу, “Манай компани нь микроэлектрон хагас дамжуулагч боловсруулдаг компаниудын хамгийн сайн нь бөгөөд хамгийн их өгөгдөл, дизайныг уншуулах процессорыг хамгийн бага эрсдэлтэй байхаар бодон шийддэг компани” хэмээн хариулав. Үүний дараа би түүнд Стив Жобсын зарим илтгэлүүдийг судлах, өөрийн илтгэлээс хэцүү, мэргэжлийн үгнүүдийг хасахыг санал болгосон ба, “Яаж энэ бүгд таны хэрэглэгчдийг сонирхолыг татах вэ?” гэсэн асуултанд хариулахыг оролдох хэрэгтэй хэмэн зөвлөсөн юм.

Нөгөөх захирал ч илтгэлээ дахин янзлахаар болов. Урьдны “Манай компани нь микроэлектрон...” гэж илтгэлээ эхлэхийн оронд тэрээр, илтгэлийн эхлэлийг хэн бүхэнд ойлгомжтой байхад анхааран янзалсан байна. Илтгэлийн өдөр тэрээр өөртөө маш итгэлтэйгээр тайзан дээр гараад, гартаа утас барин, үзэгчдэд харуулаад ийнхүү хэлжээ. “Манай компани нь, таны, миний халаасанд байгаа, бид бүгдийн хэрэглээ болсон гар утасны микросхемүүдийг бүтээхэд тусладаг программ хангамжыг зохиодог юм. Эдгээр микросхемүүд илүү нимгэрч бас жижгэрч байгаагын ачаар таны утас ч мөн адил илүү нимгэн, илүү хөнгөн, илүү авсаархан болно гэсэн үг. Хэмжээ, жин багасах ч хүчин чадлын хувьд тэд хурдан цэнэглэгдэж, дуу удаан хугацаагаар тоглуулж, видео үзүүлэх чадвартай. Эдгээр нь бүгд энэ процессийн дотор байгаа технологийн ач” хэмээн эхэлжээ. Ингэж эхэлсэн нь хэн бүхэнд ойлгомжтой болгож өгч байгаа бөгөөд, хэрэглэгчдэд яагаад чухал вэ? гэдэг асуудлыг маш энгийнээр тайлбарлаж байгаа юм даа.

Дээрх хоёр эхлэлийн аль нь таны анхаарлыг илүү татаж байна вэ?

Мэдээж хоёрдахь нь гэдэг нь тодорхой.

Сурвалжлагчид нь яг энэ “хамгийн чухал асуултанд хариулах” аргыг үнэхээр чадамгай ашигладаг. Ямар нэгэн бүтээгдэхүүний тухай бичигдсэн сонин, сэтгүүлүүдийн нийтлэлд анхаарлаа хандуулаарай. Ямарваа нийтлэл нь уншигчдад хамгийн ойлгомжтой байхад зориулагдан бичигддэг.

Таны сонсогчид өөрсдөөсөө “надад хэрэгтэй юм энэнд юу байгаа юм бэ?” гэж асууна. Хэрвээ таны бүтээгдэхүүн үйлчлүүлэгчдэд тань мөнгө олоход туслах бол тэдэнд энэ тухай хэлнэ үү. Хэрвээ энэ нь тэдэнд мөнгөө хэмнэхэд туслах бол мөн л тэдэнд энэ тухайгаа хэлээрэй. Хэрвээ энэ таны үйлчлүүлэгчдэд ямар нэгэн хэцүү ажлыг хийхэд нь хялбар, бас хурдан гүйцэтгэхэд туслах юм бол энэ тухайгаа бас л тэдэнд хэлэх хэрэгтэй. Энэ тухай бүгдэд нь

шууд л хэл. Энэ бол илтгэлд тань зайлшгүй байх ёстой зүйл, үүнийгээ бас болж өгвөл байнга давт, тодоор дүрслэх гэж хичээ. Жобс хэзээ ч хүмүүсийг “энэ бүтээгдэхүүний юу нь надад хэрэгтэй юм бол оо” гэж таахад хүргэдэггүй. Тэр энэхүү бүтээгдэхүүн ямар технологээр хийгдсэн тухай тайлбарлахаасаа өмнө, тэр энэ бүтээгдэхүүнүүн нь түүний сонсогчидод ямар ашигтай, ямар хэрэгтэй болохыг хэлдэг байна.

Таны хамгийн шилдэг мэдрэмж

2006 оны зун Intel Core 2 Duo гэсэн нэртэй процессор худалдаанд гаргасан юм. <Duo> гэдэг үг нь процессор болгон дээр хоёр тархитай гэсэн утгатай байна. Энэ бүгд тийм ч сонирхолтой сонсогдохгүй байж болох боловч, хэрвээ та “Энэ надад ямар хамаатай юм вэ?” гэсэн нэг чухал асуултанд хариулбал, энэ нь үнэхээр сонирхолтой болж хувирах болно.

Компьютерийн дэлгүүрт нотебүүк авах зорилгоор ирсэн худалдан авагчдын хоёр төрлийн үйлдийг харцгаая. Эхний худалдагч энэ номыг уншаагүй ба хамгийн чухал нэг асуултанд хариулж чадаагүй. Харин хоёр дахь худалдагч өөрийн ‘доторх Стив Жобс’-ыг ашиглаж худалдаагаа амжилттай явуулж байгаа ба, худалдан авагчдын бодолд байнга байж байдаг “Надад ямар хамааралтай юм бэ?” гэсэн асуултанд хариулсан байна.

Үйл-1

Зочин: Сайн байна уу!, Би хурдан, хөнгөн, дээр нь DVD уншигчтай нотебүүк хайж байна.

Худалдагч: Танд Intel Core Duo-д анхаарлаа хандуулна уу хэмээн зөвлөе.

Зочин: Тэгэлгүй яахав. Гэхдээ үнэнийг хэлэхэд, би урьд нь хэзээ ч Intel-ийг компьютер бүтээсэн гэж сонсоогүй юм байна.

Худалдагч: Ер нь бол тэд үүүнийг зохион бүтээгээгүй л дээ.

Зочин: Уучлаарай, бид одоо юуны тухай яриад байна аа?

Худалдагч: Intel-ийн олон үйлдлүүдийг зэрэг хийж болох маш өндөр хурдтай Dual-Core процессорын тухай.

Зочин: Баярлалаа, гарах хаалга хаана байгаа вэ?

Ямар ч байсан зочин компьютероо хаанаас ч юм өөр газраас хайх болно. Худалдагч нь техникийн үг хэллэг, мэдлэг ашиглан ярилцсан ба, түүний зочин шинэ системийг яаж түүний амьдралыг илүү сайн болгох талаар огт ойлголтгүй үлдсэн юм. Хүний тархи нь (энэ тухай сүүлд илүү ойлгомжтой ярилцах болно) хангалттай залхуу тул энергээ илүүц зүйлд зарцуулахгүй байхыг хичээдэг байна. Сонсогчдоо алдах хамгийн сайн арга бол тэдний тархийг илүү ажиллахыг шаардах юм. Зочид нэгхэн асуултын хариуг л мэдхийг хүсцгээдэг. Харин энэ худалдагч түүний асуултанд хариулаагүйгээр барахгүй түүнд ямар ч хамаагүй байдал харуулсан ба бүр цаашлаад их зан гаргаж байна. Дахиад нэг удаа оролдож үзэцгээе. Харин энэ удаад худалдагч өөрийн <дотоод Стив жобсыг> хэрэглэнэ.

Үйл-2

Худалдагч: Сайна байна уу!. Танд юугаар туслах уу?

Зочин: Сайн, сайн байна уу!. Хурдан, бас хөнгөн, тэгэхдээ DVD тоглуулагчтай нотебүүк хайж байна.

Худалдагч: Манай дэлгүүрт хурдтай, жингээр хөнгөхөн компьютерын маш өргөн сонголт байна. Та Intel Core2 Duo процессорын талаар урьд өмнө нь бодож байсан уу?

Зочин: Тийм ч их сонирхож байгаагүй ээ. Энэ юу юм бэ?

Худалдагч: Та процессорыг компьютерийн тархи

гээд төсөөлдөө. Харин танд ийм процессор байдаг бол таны компьютер шууд л 2 тархитай гэсэн үг юм. Таны хувьд энэ нь нэг дор маш их ажил хийж бас зугаацаж болно гэсэн үг. Жишээлбэл, Та дуу татах зуураа, нэг дор компьютерийнхаа вирусыг шалгаж болох юм, мөн таны систем ерөөсөө гацахгүй ажиллах болно. Таны ажлын програмууд амархан, хурдан нээгдэх, ба танд нэгэн зэрэг олон файлууд дээр ажиллаж боломжыг олгоно. Мөн түүнчлэн таны DVD ямар ч зогсоолтгүйгээр ажиллах ба компьютерын зайны ажиллах хугацаа нь ч арай илүү. Тэгээд ч бас маш сайн дэлгэцтэй шүү.

Зочин: Сайн байна. Хурдхан надад тэр компьютерүүдээ үзүүлээч...

Энэ хэсэгт худалдагч, зочинд энэ бүтээгдэхүүн тохирох болохыг харуулахын тулд энгийн хэллэгээр, жишээ ашиглаж ярьж байна. Мөн зочдын “Энэ процессор надад ямар хэрэгтэй юм бэ?” гэсэн ганцхан санааг нь зовоож буй асуултанд хариулсан юм. Олон байгууллагууд өөрсдийн ажилчдаа ингэж тайлбарлуулахын тулд сургалтанд хамруулдаг бөгөөд, үр дүнд нь өөрсдийн өрсөлдөгчдөөсөө урагшаагаа нэг байраар түрүүлдэг. Мөн нэмэж хэлэхэд, ингэж ажилладаг нэг байгууллага байдаг. Тэр бол “Apple”. Энэ дэлгүүрт дандаа баяртайгаар угтаж, “Apple” яаж таны амьдралыг илүү сайхан болгох тухай сэтгэл хангалуун ярьж өгдөг юм.

Хэнд ч, тухайн хүн сонсоод өөрт нь ямар ч ашиггүй илтгэлийг сонсох хүсэл төрөхгүй. Хэрвээ та Жобсыг анхааралтай ажиглах юм бол, та түүнийг бүтээгдэхүүн зардаггүйг ойлгох болно. Тэр хүмүүсийн хэрэгцээг бий болгож, түүнийг зардаг, зарсаар ч ирсэн нэгэн юм. 2007 оны эхээр “Apple” компани “iPhone”-ыг худалдаанд гаргаж байх үед, CNBC-ын сурвалжлагч Жобсоос “Яагад “iPhone” нь “Apple”-ийн хувьд тийм чухал юм бэ?” гэж асууж байжээ. Энэ асуултанд Жобс нь “Apple”-ийн хувьцааны үнэ, зах зээлдэх байр суурийн тухай ярин хариулахыг хүссэнгүй / Жобсоос өөр хүн бол яг л ийм зүйл ярин хариулах байлаа/. Харин, үүний оронд тэрээр хэрэглэгчдэд хүргэх сэтгэл хангамжийг тайлбарлан хариулсан байна. “Би, “iPhone”-ыг гар утасны зах зээлийг тэр чигээр нь өөрчилж чадна гэдэгт, мөн хэрэглэгчдэд гар утас гэдэг ойлголт нь дан ганц хүн рүү залгаж, дугаар хадгалдаг үйлчилгээнээс

илүүг хүргэж чадна гэдэгт баттай итгэж байгаа. Мөн “iPhone” нь жирийн нэгэн утас биш юм. Тэр бол бидний хийж байсан хамгийн сайн “iPod” л гэсэн үг. Энэ жижигхэн төхөөрөмж нь таны халаасанд интернет хөтөч, шуудан болон хамгийн сүүлийн үеийн Google Maps-ыг багтаах юм. Энэ бүх амьдралд хэрэгтэй зүйлсийн цуглуулга нь ердөө таны халаасанд багтах хэмжээтэй бөгөөд, дээр нь хэрэглэхэд үнэхээр амархан”. Энэ мэтээр Жобс нь, сэтгүүлчийн асуултанд хүртэл “хэрэглэгчдэд яагаад хэрэгтэй вэ?” гэдэг өнцгөөс хариулсан байгаа юм.

Таны сонсогчдод таны бүтээгдэхүүн огтхон ч сонин биш. Тэдэнд өөрсдийнх нь асуудал хамгаас чухал. “Apple”-ийн хуучин ажилчин Гай Кавасакигийн хэлсэнээр, “Зарах ур чадвар

нь, бүтээгдэхүүнээ хэрхэн нийтэд танилцуулахад оршдог. Зарна, борлуулна гэдэг нь мөнгө, санхүүгийн хэсэг, цэвэр ашиг, эсвэл маркетинг гэх мэт зүйлтэй огт хамаагүй байх учиртай. Түгээх, борлуулах гэдэг нь хамгийн цэвэрхэн бас хамгийн сайхан ажил юм, учир нь борлуулагч хүн хэрэглэгчдэд хэрэглээ, сэтгэл ханамж хүслийг зардаг болохоор тэр”. Тийм учир хэрэглэгчдэд хэрэгцээг бий болгож, хэрэглэгчийн мөрөөдлийг зарцгаа, харин бүтээгдэхүүн биш.

Санамж

* Өөрөөсөө асуу: “Миний сонсогчдод энэ санаа, мэдээлэл, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ ямар хамаатай вэ?” Хэрвээ таны сонсогчид яриан дундаас чинь зөвхөн нэг санааг авбал, энэ ямар санаа байгаасай гэж та хүсэх байсан бэ?

* Илтгэлийнхээ гол санааг хамгийн ойлгомжтойгоор сонсогчиддоо хүргэхийг хичээгээрэй, мөн яриа эсвэл илтгэлийнхээ үеэр хамгийн багадаа 2 удаа үүнийгээ давгах хэрэгтэй. Та хэлэх зүйлээ ойлгомжтой (тодорхой) байлгахын тулд хоосон үг ба мэргэжлийн үгнүүдийг илтгэлээсээ хасаарай.

* Энэ санаа тань таны слайд, танилцуулга, сурталчилгаа гээд бүгдэнгээс нь илт харагдаж байх ёстой гэдгийг сана.

Бусдад зорилгыг бий болго

Бид өнөөдөр ертөнцөд өөрчлөлтийг авчирхаар ирлээ.

-Стив Жобс-

Нью-Йоркийн Аппер Вест Тауны тансаг орон сууц нь 65 дахь гудамжинд Төв Паркийг харуулдан байрладаг. Түүний цонхоор харахад төв паркийн гайхалтай дүр зураг нүдний өмнө дэлгэгддэг байна. Энэ байрны оршин суугчид нь Тайгер Вудс, Деми Мур, Дастин Хоффман, Боно гэх мэт супер одуудын бөөгнөрөл л гэсэн үг. Нэг удаа тэнд маш том зорилго тээж явсан нэгэн залуу нүүж ирсэн нь Стив Жобс байлаа.

1983 онд Жобс тэр үеийн “Pepsi Co” -ийн ерөнхийлөгч Жон Скаллийг “ятгаж чадсан” юм. Тухайн үед Apple нь Скалли шиг маркетинг ба удирдлагын туршлагатай хүнээр маш их дутагдаж байв. Жобс түүнийг маш удаан хугацааны турш гуйж, Скалли ч зөвшөөрөхгүй байжээ. Жобсын гуйлтаар бол Скалли нь одоо байгаа газараасаа нүүж мөн хамаагүй бага мөнгөөр цалинжих байв. Гэвч эцсийн эцэст Скалли энэ тааруу нөхцөлийг хүлээн зөвшөөрч “Apple”-д орсон юм. Скаллийн карьерын замыг өөрчлөн “Apple”-д оруулахад ердөө нэг л өгүүлбэр шаардлагатай байжээ. Скалли өөрийн “Одиссеи” (Odyssey) номондоо шинэ ажлын саналын тухай шийдвэр гаргахад Жобстой өрнүүлсэн ярилцлагыг дурдсан бөгөөд энэ ярилцлага нь Америкийн компани, маркетингийн гэрээ хэлэлцээрийн түүхэнд бичигдэн үлдсэн байдаг.

Скаллийн бичсэнээр, “Бид Гудзонийн эрэг рүү харсан тагтан дээр зогсож байхад үед Жобс шууд л “Та ер нь “Apple”-руу орж ажиллахгүй гэж үү?” хэмээн асуусан, би түүнд - “Стив! Үнэнийг хэлэхэд надад таны хийж байгаа зүйл үнэхээр таалагддаг. Энэ маш гайхалтай, бас сонирхолтой боловч миний оролцоо энэ салбарт ямар ч хэрэг байхгүй ээ. Би танд үнэн сэтгэлээсээ туслах үүднээс зөвлөж чадах боловч би, өөрийнгөө “Apple”-рүү шилжиж чадна гэж бодохгүй байна” гэж хэлсэн юм.

“Үүнийг сонссоны дараа Жобс хэсэг зуур толгойгоо бөхийлгөөд, газар ширтэн бодлогширон зогссон” хэмээн Скалли өөрийн номондоо тэмдэглэсэн байна. Хэсэг хугацааны дараа Жобс нь толгойгоо өргөж, Скаллийн бүх карьерынн замналыг өөрчлөх, түүнийг “Apple”-руу ‘урвахад’ гол нөлөө үзүүлсэн нэгэн алдарт өгүүлбэрийг хэлжээ. Жобс түүнд -”Та өөрийн бүхэл амьдралаа чихэртэй ус зарж өнгөрөөхийг хүсэж байна уу? Аль эсвэл энэ дэлхийг өөрчлөж чадахуйц зүйлд хүч нэмрээ оруулмаар байна уу?” хэмээн хэлсэн байна.

Энэ л өгүүлбэр Скаллид шийдвэр гаргахад маш том нөлөө үзүүлсэн гэдэг.

Бодит байдал руу шилжих талбар

Дээрхийг үзвэл Скалли нь, “Apple”-ийн дэд ерөнхийлөгч Бад Триблийн нэгэн удаа “бодит байдал руу шилжих талбар” гэж томъёолсон тодорхойлолтны гол биелэл болсон юм. Жобс нь хамгийн хүчтэй баримтыг тавиж Скаллиг өөртөө урвуулж чаджээ. Ихэнх хүмүүс Жобсын энэ, бусдыг өөртөө татах чадварт ховсдуулдаг ба Жобсыг дагах болдог байна. Энэ тохиолдолд яг л Скалли шиг.

Маш цөөхөн хүмүүс л “Apple”-ийн эзэн Жобсын бараа бүтээгдэхүүнээ сурталчлах, тайлбарлах, бараа бүтээгдэхүүндээ соронз мэт татах хүчнээс зугтаж чадна. Судлаачдын ярьж байгаагаар бол Жобсын үг хэлэх байдлаас нь түүний урам зориг, бараа бүтээгдэхүүндээ ямар их сонирхол, хайрыг түгээж байгааг илт харж болохоор бөгөөд, сонсож байгаа бүх хүмүүсийн сонирхолыг татаж, түүний илтгэлийг дуусах хүртэл ямар ч сонсогчдыг суудлаасаа өндийлгөхгүй байлгах хүчтэй гэгцгээдэг. Цаашлаад сэтгүүлчид хүртэл Жобсын энэ соронзон

оронд орж, түүний нөлөөнөөс зугтаж чаддаггүй байна. “Wired.com”-ийн редактор Леандр Кани нь Алан Дойчманаас Жобсын намтрын тухай ярилцлага авсан ба тэрээр Жобстой харьцах нь ямар байдагийг ийнхүү дүрсэлжээ. “Тэр ер нь харьцаж байгаа хүнээ дотно нэрээр дуудах нь элбэг. Ярилцаж байгаа хүнийхээ яг нүд рүү нь хардаг ба цоо ширтдэг. Тэр яг л “жүжигчид шиг бусдыг өөртөө ховсдож чаддаг нүдний харцтай”. Тэгэхдээ энэ гол нь биш, хамгийн их сэтгэгдэл төрүүлдэг зүйл бол түүний ярих байдал. Хэлэх үг, хэмнэл нь нэг л онцгой содон, үг болгоноос нь асар их сонирхол нуугдаж байгаа гэдэг нь илт мэдэгдэм. Түүний яриаг сонсож байгаа хүн түүний эрхэнд орохоос өөр аргагүй”.

Өөрийн дуртай зүйлээ л хий

Дойчман, Стив Жобсын “гол зэвсэг” нь түүний ярих чадварт оршидог хэмээсэн. Тэгвэл, Жобсын ярих байдал нь яагаад бусдыг байлдан дагуулж байна вэ? гэдэг асуулт гарч ирнэ. Жобс нь хүсэл, урам зориг эрч хүчээр дүүрэн ярьдаг. Тэгвэл түүний энэ их хайр, хүсэл тэмүүлэл нь хаанаас гарч, юу гол ундарга нь болж байна вэ? гэвэл тэр ердөө “өөрийн хамгаас дуртай зүйлээ хийдэг” болохоор л тэр юм. Жобс өөрөө ч гэсэн энэ тухай ийнхүү хэлсэн байдаг. “Та өөрийн хамгийн дуртай зүйлийг олж, түүнийгээ л хийх хэрэгтэй. Учир нь ажил таны амьдралын ихэнхи хэсгийг эзлэх болно. Тийм учир хийж байгаа ажлаасаа сэтгэл ханамж авах цорын ганц боломж бол өөрийн хамгийн дуртай зүйлээ л хийх. Тиймээс хэрэв та агуу зүйлийг бүтээе хэмээн бодож байвал өөрийн хийж буй зүйлдээ дурлах, ажлаа хайрлах хэрэгтэй. Хэрвээ та одоохондоо “өөрийн хамгийн дуртай зүйлээ” олоогүй бол, үргэлжлүүлэн хай. Битгий зогс”

Бид бүхэнд бүгдэд нь чадвар байдаг ба харин Жобс шиг хүмүүс, энэ чадвараа арай эрт залуудаа олж авдагт байгаа юм. Харин зарим хүмүүс хэзээ ч үүнийгээ олж чаддаггүйн шалтгаан нь, тэд “хөршөөсөө хоцорч болохгүй” гэсэн атаархал дээр үндэслэгдсэн “уралдаан”-д олзлогдсон байдаг. Өөрийн зорилгоо алдаж, замаасаа хазайх шалтгаан мөнгийг гүйцэх гэсэн зорилготойгоор мөнгөний араас гүйх. Жобс нь тэрбумтан, мөн гайхалтай илтгэгч, тэр мөнгөний араас хөөцөлдөн байж энэ их хөрөнгөний эзэн болсонгүй, харин түүний амжилтын гол нууц нь тэр ердөө зүрх сэтгэлээ дагасан, хамгийн дуртай зүйлээ хийсэнд байгаа юм. Мөнгө бол сайн ажлын үр дүн. Агуу бүтээгдэхүүн, сайн ажил, үнэхээр сайхан үйлчилгээ үзүүлсэн байхад мөнгө орж ирэх л болно.

Миний гол зорилго юу вэ?

Таны гол зорилго юу вэ? Хэрэв мэдэх бол та хамгийн их урам зоригтойгоор, ичиж зовохгүйгээр эднийгээ бусадтай хуваалцаарай. Миний сэтгүүлчийн карьер дах хамгийн хэцүү санаа зовж байсан ярилцлага бол саятан Крис Гарднертай хийсэн ярилцлага байсан. 20-р зууны 80-аад онд тэр биржийн худалдаачин (брокер) болохын тулд, үнэгүй сургалтанд сууж, энэ үед тэр гэр оронгүй байсан бөгөөд шөнийг метроны буудалд өнгөрөөдөг байсан нэгэн. Үүнээс гадна түүнд 2 настай хүүгээ асрах хэрэгтэй байв. Тэдэнд цуг шалан дээр унтахаас өөр арга байгаагүй ажээ. Өглөө болгон Гарднер түүнд байсан ганцхан костюмаа өмсөөд, хүүгээ үнэгүй өдрийн цэцэрлэгт орхиод, хичээлдээ явдаг байжээ. Гарднер анхны төгсөгч болж сургалтаа төгссөж брокер болсон ба маш олон сая доллар олж чадсан юм. BusinessWeek сэтгүүлийн хуудсанд зориулж би түүнээс “Ноён Гарднер, энэ бүх харанхуй ангалаас гарах хүчийг та хаанаас авсан юм бэ?” гэж асуухад, тэр надад ердөө хамгийн дуртай ажлаа хийсэн болохоор л амжилтанд хүрсэн гэж хариулсан юм. “Өөрийнхөө хамгийн дуртай зүйлийг ол, тэгээд та хурдан босож, дуртай зүйлээ хийхийн тулд нар мандахыг тэсэн ядан хүлээх болно” гэж тэр хэлсэн юм даа.

Энэ ухаангүй байдалд бид гоц авъяасыг харах болно

Би, таныг “Apple”-ийн компьютер худалдаж авахын тулд, бусдаас ямар нэг зүйлээр ялгагдах ёстой гэж бодож байна. Би, тэднийг худалдаж авч байгаа хүмүүс дэлхий дээрх хамгийн бүтээлч сэтгэлгээтэй хүмүүс гэж боддог. Тэд зүгээр л бусдын даалгаврыг гүйцэдгэдэг хүмүүс биш юм. Тэд дэлхийг өөрчлөхийг оролдож байгаа хүмүүс бөгөөд бид яг ийм хүмүүст л зориулж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг. Ийм хүмүүсийн дундаас бид гоц авъяасыг олж хардаг юм. Бид яг ийм л хүмүүсийн төлөө өдөр болгон ажилладаг.

-Стив Жобс

“Built to Last Successful Habits of Visionary Companies” номонд Жим Коллинз ба Жерри Поррас мөн 18 тэргүүлэгч компаниудыг судалжээ. Тэдний ажигласанаар хамгийн сайн амжилттай байгаа компаниуд нь мөнгө хийхийн төлөө биш, харин чанартай бүтээгдэхүүнд анхаарлаа хандуулдаг нь батлагдсан байна. Жобсын бүр эхний ярилцлагаас л, түүний “энэ бүтээгдэхүүнийг хийснээр ямар ашиг, хэдэн доллар олж болох вэ” гэхээс илүүтэйгээр “хэрхэн гайхалтай, гайхамшигтай зүйлийг бүтээж чадах вэ” гэдэг дээр үндэслэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг нь илт харагдана.

“Ухаантнуудын агуу ялалт” PBS-ын баримтат кинон дээр Жобс “23 насандаа би аль хэдийнэ сая доллартай болсон байсан, 24 насандаа 10-аас илүү сая доллартай, харин 25 насандаа 100-аас илүү сая доллартай болсон. Тэгэхдээ миний санааг энэ мөнгө, санхүүтэй холбоотой зүйл огт зовоодоггүй, ер нь надад огт хамаагүй байсан гэж хэлж болно, яагад гэвэл би үүнийг мөнгөний төлөө хийгээгүй ээ” гэж ярьсан байдаг. Яг сүүлийн өгүүлбэрт л гайхалтай илтгэгч эсвэл өөрийн бүх амьдарлаараа дундаж орлогтон болж үлдсэн хүмүүс хоородын ялгааны нууц байгаа юм. Жобс нэг удаа ярилцлагандаа: “Надад оршуулгын газрын хамгийн баян хүн байх хүсэл байхгүй. Харин орой болгон гэртээ очихдоо гайхамшигийг бүтээсэн сэтгэгдэлтэй очих нь надад хамгийн чухал” гэж хэлсэн байдаг. Амжилтанд хүрсэн хүн болгон өөрдсийн зүрх, сэтгэлийг дагасан байдаг болохоор амжилтанд хүрдэг байна. Тийм ч учраас тэд бусдад

илтгэл хийхдээ өөрийн энэ эрч хүч, зүрх сэтгэлийн энергийг бусдад хуваалцдаг байна.

Малкольм Гладуелл өөрийн “Outliers” номондоо нэгэн гайхалтай шинжилгээг тэмдэглэжээ: суурин компьютерийн хувьсгалыг тэргүүлэгч ихэнх ухаантнууд нь 1955 онд төрсөн байдаг гэнэ. Тэр энэ бол ид шидийн жил байсан гэж томъёолжээ. Үүнд ч тодорхой шалтгаан байв. Учир нь анхны мини-компьютер болох “Altair” нь 1975 онд гарч ирсэн болохоор тэр. Цаашлаад уг номонд: “Хэрвээ жоохон л хөгшин байсан бол ямар ч хүн “хуучны үе залгамжлагч буюу компьютерийн анхны загалмайлан эцгүүдийн дараа”-ын үед орох болно. 1955 оноос өмнө төрөгсөд коллежоо дөнгөж төгсөөд, байшин худалдаж аваад, гэрлэж, мөн хүүхэдтэй болно. Тийм учраас тэдэнд

тухайн үеийн маш их мөнгө болох 397 долларыг компьютер гэх мэт ямар нэгэн хэрэгцээгүй зүйлд үрэх хүсэл огт байхгүй. Мөн эсэргээрээ, хэрвээ тухайн үед хэтэрхий залуу байсан бол аливаа хүн бас л ‘компьютерийн хувьсгалд’ гар бие оролцож чадахгүй. Тийм учраас л 1955 онд төрсөн хүмүүс бол ‘компьютерийн үеийн загалмайлан эцгүүд’ болсон юм” хэмээж өөрийн санаагаа нотолсон байна.

Гладуелл, 1975 онд ирээдүйн агуу технологийг бүтээх төгс тохирсон хүмүүс 20, 21 настай байх ёстой, гэсэн дүгнэлтэнд хүрсэн ба, энэ нь тэд 1954 эсвэл 1955 онд төрсөн байх ёстой хүмүүс байв. Тэгвэл, Стив Жобс 1955 оны 2 сарын 24-нд төрсөн. Тэр зөв цагтаа, зөв газраа төрсөн азтай нэгэн юм. Гладуэлл, Жобсыг 1954 ба 1955 онд төрсөн тенхикийн хувисгалийн лидерүүдийн тоонд зүй ёсоор орно гэж тэмдэглэжээ. (тэдний дунд Билл Гейтс, Пол Аллен, Стив Балмер, Эрик Шмидт, Скотт Макнили байдаг). Үүнээс гадна, Гладуэлл, энэ бүх хүмүүс амжилтанд хүрсэн шалтгаан нь энэ үед компьютер нь бизнес гэдэг утгаараа дэлгэрээгүй байсан гэж тодотгон бичжээ. Тэдэнд зүгээр л ямар нэг зүйлийг өөрсдөө хийх нь маш гоё байсан, энэ залуус юмыг засварлах дуртай байсан. Өөрөөр хэлбэл тэд дуртай зүйлээ хийж байсан байна. Амжилтанд хүрэхийн тулд, та үнэхээр өөрийн дуртай зүйлийг л хийх учиртай. Та өөртөө таалагдаж байгаа зүйлээ хий, өөрсдийн сэтгэл зүрхээ л дага.

Дэлхий дээрх Хамгийн аз жаргалтай залуучууд

2007 оны 5 сарын 30-нд Стив Жобс ба Билл Гейтс нар хамтдаа, “Wall Street Journal”-ын хэвлэлийн тоймч Уолт Моссберг, болон Кара Свишерийн удирдсан, All Things Digital гэх техникийн бага хурал дээр оролцжээ. Сэтгүүлчид техникийн хоёр “мангас”-аас янз бүрийн асуултуудыг асуусан байна. Ингээд Жобсоос Билл Гейтсийн хүмүүнлэгийн үйл ажиллагааны талаар юу бодож байгааг асуухад, Жобс нь Билл Гейтсийн зорилго нь ‘оршуулгын газрын хамгийн баян хүн’ болох биш гэдгийг мэдэхэд үнэхээр сайхан байгаагаа хэлээд, ертөнцөд зохих хэсгийг буцаан өгж байгаад талархсан байна. Жобс:

“Би, энэ асуудал дээр Билл надтай санал нэг байгаа гэдэгт итгэлтэй

байна. Миний хэлэх гээд байгаа зүйл бол, би жирийн дундаж давхрагийн айлд өссөн болохоор үнэндээ мөнгөний тухай бага боддог байсан юм. Мөн түүнчлэн “Apple” нь анхнаасаа ийм амжилттай дэвшсэн замнал нь миний мөнгөний талаар огт санаа зовдоггүй, мөнгийг гол гэж боддоггүйд байсан. Тийм учраас би өөрийн ажилдаа хамаг анхаарлаа хамдуулдаг байсан, харин дараа нь өөрийн цагаа гэр бүлдээ зарцуулсан. Бас би, өөрсдийгөө дэлхий дээрх хамгийн аз жаргалтай залуучуудийн нэг гэж боддог, яагаад гэвэл бид өөрсдийн хийх дуртай зүйлээ олсон, бид зөв газраа, зөв цагтаа төрж, бидэнд 30 жилийн турш дэлхийн хамгийн шилдэг, авьяаслаг хүмүүстэй ажиллах боломж олдсон юм. Би үүнээс илүү аз жаргалтай байж болно гэж төсөөлж чадахгүй байна. Би өөрийн үлдээх хөрөнгөний хэмжээ, өв залгалмжлалын тухай бараг боддоггүй ээ. Би өдөр болгон ажилдаа ирэх боломжын тухай, мөн эргэн тойрондох гайхалтай хүмүүс, яг бидэн шиг, дуртай зүйлээ бүтээж байгаа тухай боддог. Өөрийн дуртай зүйлийг хийнэ гэдэг, энэ л гайхамшиг шүү дээ”

Энэ том ишлэл дундаас та эд хөрөнгө, маш их хэмжээний хувьцаа, эсвэл хувийн онгоцны тухай нэг ч үг олж харахгүй. Дээрх зүйлүүд мэдээжийн хэрэг үнэхээр гайхалтай боловч Жобсыг өдөөгч нь хувийн усан онгоц, үнэтэй машин, ордон харш шиг гэр биш юм. Жобсийн эрч хүчтэй байдаг гол шалтгаан нь тэр өөрийн дуртай зүйлээ хийдэгт л байгаа юм. Түүний зорилго сая доллар, усан онгоц биш харин хүмүүсийн талархалыг хүлээсэн, сайн бүтээгдэхүүн, гайхамшигийг бүтээхэд оршдог.

Илүү сайн ирээдүй рүү хүмүүсийг жолоод

Нэг удаа Доналд Трамп “Хэрвээ танд хүсэл байхгүй бол, танд эрч хүч байхгүй, харин эрч хүч байхгүй бол, та юуг ч үр дүнтэй хийж чадахгүй” гэж хэлсэн байдаг. Бүх зүйл хүсэл тэмүүллээс эхэлдэг. Хүсэл тэмүүлэл нь, таныг зорилгыг бүтээх эрч хүчийг өгч байдаг ба илтгэх урлагийн хувьд ярих зүйлдээ, сэдэвтээ үнэхээр дуртай, хүсэл мөрөөдөлтэй бол энэ нь таны үзэгчдийг ч гэсэн өдөөж өгдөг байна.

Маркус Бакингем “Gallup” байгуулагад 17 жилийн турш ажилласан ба, өөрийн ажилдаа маш сайн үр дүнд хүрсэн мянган ажилчидтай ярилцлага явуулсан байна. “Таны мэдэх хэрэгтэй цорын ганц зүйл” (The One Thing You Need to Know) номондоо тэрээр, “Агуу тэргүүлэгчид хүмүүсийг сайн ирээдүйн зам руу хөтөлдөг” хэмээн хамгийн сайн лидерүүдийг тодорхойлсон юм.

Өөрийн сэтгэл зүрхээ дага

Өөрийн хайртай зүйлийг л хийхэд мөнгө нь өөрөө хүрээд л ирдэг. Ихэнхи хүмүүс үүнд итгэдэггүй. Тэгэхдээ энэ нь яахын аргагүй үнэн юм.

-Опра Винфри

Бакингерийн үзэж байгаагаар, жинхэнэ лидер нь дотроо, ирээдүйд бүх зүйл ямар байх ёстойг дандаа бодож байдаг гэнэ. “Лидер гэдэг нь ирээдүйд ховсдогдсон, бартаа саадад нугарашгүй, хөгжил дэвшил, төгс зүйлд цангасан мэт тэмүүлдэг, улиг болсон дүрэм журмыг сохроор дагадаггүй тийм л хүн байдаг. Лидер хүн нь одоогийн байгаа байдалдаа огт сэтгэл хандаггүй, учир нь тэр өөрийн тархиндаа илүү сайн ирээдүйг харж байдаг болохоор тэр. ‘Ямар байгаа’ болон ‘ямар байж болох’ бодол нь лидер хүнийг үргэлж урагш тэмүүлэхэд гол нөлөөг үзүүлдэг. Үүнийг л жинхэнэ удирдагчийн чанар гэнэ” гэж тайлбарласан байна. Яг үүнтэй ижил Жобсын тархин дотор нь бий болсон, компьютер нь дэлхийг хэрхэн өөрчилж болох тухай бодол, төсөөлөл нь магадгүй түүнд эрч хүчийг өгч, урагшаа түлхсэн байх. Жобс нэг удаа Жон Скаллид, хүн болгонд “Apple”-ийн компьютер байж, компьютерийг хүн бүрийн өдөр тутмын амьдралдаа байнга хэрэглэдэг байгаасай гэж мөрөөддөгөө хэлж байсан. Энэ мөрөөдөлдөө ч Жобс нь тун удалгүй хүрсэн бөгөөд, мөрөөдөлдөө хүрчихээд зогссонгүй, үргэлж илүү рүү тэмүүлж амжилтыг олж байсан байна.

“Стивийн хувьд гэвэл түүний яриа нь маш хурдан, сонсож буй хэн болгонд сэтгэгдэл төрүүлэм байсан” хэмээн Скалли бичсэн байдаг. Стив Жобс, Скаллиг “Apple”-д татахын тулд түүнд хандан: “Дэлхийн бүх хүмүүсийн компьютерт хандах хандлагыг өөрчлөхийг бид хүсдэг. Бид бүхэл дэлхийг ч өөрчилж магадгүй. Ердөө тун удахгүй “Apple” нь дэлхийн хүмүүст хамгийн чухал хэрэгцээтэй компани болох ч боломжтой” хэмээн түүнийг ятгасан байна.

Жобс, хэзээ ч компьютер бүтээж мөнгө олох талаар бодож байсангүй. Харин, үүний оронд, тэр хүн болгоны дотор нуугдаж буй чадварыг гаргаж ирэхэд нь туслах тийм л хэрэгсэл бүтээх сонирхолтой байсан байна.

“Apple” миний амьдрал дахь хамгийн гайхалтай аялал байсан юм. Миний хэлэх гээд байгаа зүйл бол, бидний тэнд хийсэн бүхэн гайхалтай байсан. Биднийг бүхнээс хүчтэй холбосон зүйл бол дэлхийг ч өөрчлөх бүтээл хийж чадах тэмүүлэл. Энэ нь маш чухал. Тэр үед бид бүгд ер нь л залуухан байсан. Компаны ажилчдын дундаж нас нь 25-аас жоохон л дээгүүр байсан байх. Эхний үед бараг хэн нь ч гэр бүлтэй болоогүй байсан ба, бид яг л мэдрэл муутай юм шиг л олон цагаар, нойр хоолгүй ажиллаж байлаа. Тэгвэл үүнээс бидний олж авч байсан хамгийн том таашаал, баяр баясгалан бол маш том зүйл, дэлхийг өөрчлөх зүйл бүтээж байгаа гэдэг бодол, мэдрэмж юм даа.

-Стив Жобс

Компьютер болон кофе хоёрын төстэй тал

TBWA/Chait/Day (Apple-ийн олон алдартай рекламьг бүтээсэн, зар сурталчилгааны агентлаг)-ийн дарга, Ли Клоу, Жобсын тухай нэг удаа “Стив залуу насандаа түүний бүтээгдэхүүн дэлхийг өөрчилнө гэдэгт хатуу итгэдэг байсан” гэж хэлж байжээ. Энэ л өгүүлбэрээс Жобсын амжилтыг бүрэн ойлгож болох юм. Түүний авьяас чадвар, амжилт нь ч гэсэн түүний бүхнийг маш энгийнээр харах, ойлгох чадвараас үүдэлтэй. Түүний зорилго нь ч гэсэн энгийн, дэлхийг арай илүү таатай орчин болгох.

Жобс өөрийн программистуудыг, “Microsoft”-той хамтарсанаараа, дэлхийг өөрчилж, бас хүмүүсийн амьдралыг дээшлүүлж чадна гэж итгүүлсэн. Жишээ нь, 2003 онд Жобс “Rolling Stones” сэтгүүлд “iPod”-ийн тухай ярилцлага өгчээ. Жобсын төсөөлж байснаар “iPod” нь зүгээр ч нэг хөгжмийн хэрэгсэл биш, харин түүнээс хамаагүй илүү. Жобсын хэлсэнээр “Хөгжим гэдэг ойлголт цахим эрин зуунд шинэ, электрон хэлбэрээр дахин бүтээгдсэн ба хүмүүсийн амьдралд эзлэх байр суурь улам л нэмэгдэж байна. “iPod” нь үнэхээр гайхалтай зүйл. Бидний хувьд бол энэ нь дэлхийг таатай болгох нэгэн зэвсэг” гэсэн байна. Жирийн хүмүүс ердөө хөгжим тоглуулагчийг харж байхад, Жобс нь харин, хүмүүс өөрийн дуртай дуугаа амархан олж чадах ба өөрийн амьдралаа баяжуулж, өөрсдийн дуртай дуугаа өөртөө авч явж зугаацаж чадах, дэлхийг арай хөгжилтэй зугаатай болгож чадах тийм л төхөөрөмжийг харж байсан байна.

Жобс нь надад миний урьд өмнө нь уулзаж байсан “Starbucks”-ын захирал Хорвард Шульцыг санагдуулдаг. Би Шульцтай уулзахаас өмнө түүний “Өөрийн хийж буй зүйлдээ зүрх сэтгэлээ зориул” номыг уншсан юм. Шульц өөрийн хийдэг зүйлдээ маш их хүсэл эрмэлзэлтэйгээр ханддаг нэгэн юм. Түүний номны бараг хуудас болгонд нь “хүсэл тэмүүлэл” гэдэг үгийг олж болно. Тэгэхдээ нэгэн сонирхолтой зүйл нь “Starbucks”-ийн үүсгэн байгуулагч маань кофе зарахдаа биш, харин илүү их дээр төвлөрсөн, илүү өргөн хүрээтэй хүсэл эрмэлзэлтэй байжээ. Шульц, шинэ амт, шинэ мэдрэмж, шинэ орон зайг бүтээж, хүмүүсийн “ажил-гэр” гэх уйтгартай тойрогт амс хийх тийм л шинэ орчинг бий болгон баяр баясал өгөх зорилготой байжээ. Тэр олны дунд нэр хүндтэй, итгэлтэй үйлчилгээ байгуулахыг зорьдог. Тэрээр жинхэнэ удирдагч ба өөрсдийн салбартаа жинхэнэ алтан стандарт, жишиг болохын тулд хичээн ажилладаг байна. Саяхан би Шульцтай хийсэн өөрийн ярилцлагын бичлэгийн харахад, “кофе” гэсэн үг хэдхэн удаа дурьдагдсан байсныг хараад гайхсан юм. Шульцын төсөөлөл, зорилго нь кофетой маш бага холбоотой, яг л Жобсын хүсэл эрмэлзэл нь компьютер биш харин хүмүүсийн нөөц боломжуудыг нээхэд байдаг шиг.

“Зарим дарга нар өөрийн мөрөөдөлтэй хамаатай зүйл дээр өөрийн сэтгэл хөдлөлөө ил гаргахаас санаа зовоцгоодог, гэвч зөвхөн хүсэл тэмүүлэл болон сэтгэл хөдлөл л эргэн тойрныг хөгжөөж бас бусдыг өөртөө татдаг юм” хэмээн Коллиз болон Поррас бичсэн байна. Стив Жобс болон Ховард Шульц нар шиг илтгэгч нар, өөрсдийн бүтээгдэхүүндээ хэрэглэгчдийн амьдралыг сайжруулж байгаа гэсэн хүсэл эрмэлзэлтэйгээр ханддаг болохоор тэдний бүтээгдэхүүн амжилтыг олдог. Тэд мөнгийг чухачилдаггүй. Тэдэнд Кофе, компьютер, эсвэл iPod, iMac гэх мэт нь чухал биш. Тэдэнд үнэхээр хэрэглэгчдэд хэрэгтэй, үнэхээр дэлхийг илүү таатай орчин болгож чадах тийм л бүтээгдэхүүн чухал.

Энэ номонд бүтээгдэхүүнийг илүү амжилттай сурталчлах, олон арга бичигдсэн байгаа. Гэвч

ямар ч арга барил нь таны үйлчилгээ, бүтээгдэхүүн, компани, эсвэл төсөлд хандах хүсэл эрмэлзлийг орлож чадахгүй гэдэгийг сана. Ихэвчлэн гол асуудал нь бүтээгдэхүүндээ байдаггүй, харин ‘таны бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн амьдралыг яаж сайжруулах вэ?’ гэдэгт оршдог.

1996 онд “Wired” сэтгүүлд өгсөн Жобсын ярилцлагын жижиг хэсгээс дурьдвал: “Дизайн гэдэг үг нь их сонин саармаг утгатай үг. Ихэнхи хүмүүс, дизайн бол бүтээгдэхүүний гаднах үзэмж гэж боддог. Гэвч, хэрвээ илүү гүнзгий ухаж үзвэл, дизайн гэдэг нь гаднах байдал гэхээсээ илүү, тухайн бүтээгдэхүүний хэрхэн ажиллахыг ойлгуулах гол зүйл юм. Жишээ нь, “Macintosh” компьютерийн дизайн нь түүний гаднах үзэмж биш, харин “Macintosh”-ийн өөрийнх нь нэгээхэн хэсэг байдаг. Бүтээгдэхүүний дизайныг сайн хийхийн тулд, та түүнийгээ маш сайн ойлгосон байх учиртай. Яагаад гэвэл дизайн нь бүтээгдэхүүн хэрхэн ажиллахтай маш уян, маш цэвэрхэн холбогдсон байдаг. Ингээд цааш ухвал, дизайн гэдэг нь бүтээгдэхүүнийг маш сайн ойлгож, бүгдийг нь тунгааж бодсон, хийж буй зүйлдээ үнэхээр эрмэлзэлтэй хүсэлтэй хүний л хийх ажил. Харамсалтай нь олон хүмүүс дизайныг огт тоодоггүй бөгөөд, дизайныг бүтээхэд харьцангуй бага цаг зарцуулдаг” гэсэн байна

Яг л Шульц шиг хамгийн амттай кофег хийхэд биш, харин ажил-гэр гэх уйтгартай тойрогт бүхнийг мартаж болох орон зайг үүсгэхийн тулд, Жобс шиг төмөр хайрцаг угсархад биш, харин хүний нуугдмал потенциалыг илрүүлэхэд тус болох тийм л төхөөрөмж хийхэд тэмүүл. Тэгвэл амжилтыг та олж чадна.

Би ‘авъяас’ гэдэг үгийг яг сайн ойлгодоггүй байсан. Харин дараа нь Стив Жобстой уулзаад бүгдийг ойлгосон.

-”Apple”-ийн хуучин ажилтан Ларри Теслер

Өөрөөр сэтгэ

Лос-Анжелесийн TBWA/Chait/Day зар сурталчилгааны агентлаг бизнесийн түүхэн дэх хамгийн алдартайд тооцогддог, Apple-ийн нэгэн телевизийн ба хэвлэлийн компант ажлыг эхлүүлсэн юм. 1997 оны 9 сарын 28-нд “өөрөөр сэтгэ” (Think Different) компанит ажлыг эхлүүлсэн ба энэ нь дэлхийн реклам сурталчилгааны түүхэнд үлдсэн сор бүтээл болсон билээ. Энэ сурталчилгаа нь, алдартай “өөрөөр сэтгэгчид” (Альберт Эйнштейн, Мартин Лютер Кинг, Ричард Брэнсон, Жон Леннон, Мохаммед Али, Боб Дилан ба бусад) -ийн хар цагаан зураг бүхий бичлэг дээр Жобс өөрийн дуу хоолойгоор текстийг нь уншсан байлаа. Сурталчилгааны үгийг сийрүүлбэл :

“Энэ бол галзуу хүмүүс. Азгүйчүүд, үймээн дэгдээгчид, гай таригчид. Бөөрөнхий нүхэндэх дөрвөлжин дүрс л гэсэн үг. Тэд юмыг өөрөөр хардаг хүмүүс. Тэд дүрэм мөрддөггүй. Тэд хэв маягт баригддаггүй. Та тэдэнтэй санал нийлэхгүй байж болно, тэднийг харааж зүхэж, эсвэл магтаж сайшааж, үнэлж биширч ч болно. Тэгэхдээ нэг л зүйлийг та тэвчихгүй. Юу гэвэл тэд нарыг та анзаарахгүй байж чадахгүй. Яагад гэвэл тэд өөрчлөлтийг авчирч байдаг. Тэд л хүн төрөлхтнийг урагш залдаг. Ихэнх хүмүүс тэднийг галзуу гэж боддог байхад, бид тэднийг суут ухаантан мэтээр хардаг юм. Дэлхийг өөрчилж чадна гэдэг галзуу бодол тээгч ухаангүй нэгэн, эцсийн дүндээ дэлхийг өөрчлөгч нэгэн болсон байдаг.

Энэ компанит ажил нь маш олон шагнал хүртэж, телевизийн сурталчилгаа, рекламн алдартай бүтээл болсон ба таван жилийн турш “Apple”-ийн нэрийн хуудас болж чадсан юм. Энгийн зар сурталчилгааны хувьд таван жил гэдэг нь үнэхээр рекорд тогтоосон хугацаа. “Өөрөөр сэтгэ” компанит ажил нь хэвлэл, мэдээллийнхний овоо харааг үүрд “Apple”-ийн зүг чиглүүлэх гол нөхцлийг нээж өгсөн “ачтан” билээ. Магадгүй, зөвхөн “Apple” гэлтгүй бидний дундах ‘өөрөөр сэтгэгчдийн нэг’ Стив Жобсын бүх л үйлдэл рүү анхаарлаа хандуулахад хүргэсэн байх.

Стив Жобсын ‘амьд фен’-үүдийн нэг Алан Дойчман нь “Өөрөөр сэтгэ” сурталчилгааны анхны үзэгч болох “Newsweek”-ийн Кати Хафнер болон Жобсын хооронд өнгөрсөн яриаг, өөрийн бичсэн “Стив Жобсын сэргэлт” номондоо дүрслэн бичсэн байна. Дойчманы бичсэнээр, Харфнер нь тавдахын өглөө “Apple”-ийн оффист ирээд, Жобсыг маш удаан хүлээсэн байна.

“Тэр (Жобс) маш удаж байж ирсэн ба их ядарсан харагдаж байлаа. Тэр бүхэл шөнөжин телевизийн рекламны дүр, агуулгыг зассан ба нойргүй шахуу байв. Сурталчилгааг гүйцэлдүүлэгч компани болох TBWA/Chiat/Day-ийн продюсерүүд Жобс руу сансрын холбоогоор бичлэгийг илгээж, Жобс үзэж, хянаж, болохгүй зүйлсийг нь тэмдэглэн хэлж, засуулахаар буцаан явуулж байв. Сурталчилгааны дүрүүд анх төлөвлөгдсөнөөсөө бараг л бүхэлдээ дахин засагдсан байна. Сурталчилгааны эцэсийн хувилбарыг Катитай хамт үзэж, түүнээр шүүлгэхийг хүссэн учраас урьсан байлаа. Үзэж байхдаа Жобс нь үнэхээр сэтгэл нь хөдөлж, дуу алдан, бараг уйлж байлаа”

Стивийн энэ л зан чанарт би хамгийн их дуртай” хэмээн Кати дурсан ярьжээ. “Тэр ердийн нэг зар сурталчилгаанд сэтгэлээсээ хандсан нь харагдаж байгаа юм, бүр уйлсан гээд боддоо”.

Сурталчилгаа нь Жобсыг гүнд нь хүрж, сэтгэлийг нь хөдөлгөсөн байна. Яагаад гэвэл гайхалтай чанартай сурталчилгаа хийхийн тулд тэрээр санаандаа нийцээгүй болгоныг хасаж үнэхээр төгс сурталчилгааг хийсэн ба, сурталчилгааны агуулга ч гэсэн түүний дотоод ертөнцийг нь яг таг харуулж байсан болохоор тэр.

Сэтгүүлч хүний хувьд би хүн болгонд өөрийн ярих дуртай түүх байдаг гэдгийг сайтар ойлгосон. Мэдээж, бид бүгд компьютер зохион бүтээж, хүмүүсийн тоглох, сурах, амьдрах арга барилыг өөрчлөхгүй ч бид бүгд л ямар нэгэн байдлаар бусдын амьдралыг ямар нэгэн аргаар өөрчлөх зүйлийг зарж, бүтээж байдаг. Хөдөө аж ахуйн салбар, автомашины үйлдвэр, технологийн хүрээлэн, санхүү, эсвэл өөр ямар ч газар хэлтэст ажиллаж байсан бай танд бусдад ярих, хэрэглэгчдээ сонсох гайхалтай түүх байдаг нь гарцаагүй. Тэгвэл энэ л гайхалтай түүхээ, Жобс рекламаар хуваалцсан шиг та ч гэсэн бусдад хуваалцаарай (заавал реклам ашиглах албагүй). Хамгийн гол нь ярьж буй түүхдээ өөрийн сонирхол, хүсэл эрмэлзэлийг илт мэдэгдэхүйц харагдуулах учиртай юм. Хүмүүс үргэлж бусдыг шүтэж, биширч, үлгэр дууриал авах тийм л дүр төрхийг хайж байдаг ба та тэдний итгэлийг даах, тэр л үлгэр авах хүн нь гэдгийг өөрийн түүхээр хүсэл эрмэлзэлийг харуулж ойлгуул. Жобс нь гэсэн өөрийн түүхээ бусдад хүсэл эрмэлзлэтэйгээр ярьж ойлгуулж байдаг учир хүмүүс түүнд итгэж, тэр амжилттай байгаа юм.

Стив Жобс нэгэн удаа “Би бөмбөг байгаа газар руу биш харин бөмбөг өнхрөөд очих газар руу гүйнэ” хэмээн хэлжээ. “Бид, “Apple”-д ингэж ажиллах гэж хичээсээр ирсэн. Бүр анхны өдрөөс л. Мөн үргэлж ингэж зүрх сэтгэлээсээ ажиллацгаах л болно” гэсэн байна.

Санамж

- * Өөрийн хүслээ ол. Өөрөөсөө: “Би яг үнэн хэрэгтээ юу ярьж байна вэ?” гэж асуу. Энэ нь таны мөнгөөр солих бүтээгдэхүүн биш, харин таны хэрэглэгчдийн амьдралыг сайжруулж, дэлхийг таатай болгож буй тийм л зүйл байх учиртай.
- * Хийж буй ажлаа дүгнэ. Энэ ажлын юу нь таньд таашаал өгч байна? Юу нь сайхан байна? гэдгийг нэг бүрчлэн цаасан дээр бичин үнэхээр хайртай зүйлээ хийж байна уу гэдэгт анхаар
- * Өөрийн дургүй зүйлийг хийж байгаа бол, үүнийг өөрчлөх боломжийг хай. Мянга мянган амжилттай бизнесменүүдтэй олон ярилцлага хийж байсан хүний хувьд би таньд, өөрийн дургүй ажлаа хийгээд, их хэмжээний санхүүгийн амжилтанд хүрч болох ч, харин гайхалтай илтгэгч байж чадахгүй гэдгийг итгэлтэй хэлж чадна.

Твиттер мэт товч агуулга

Өнөөдөр “Apple” гар утсыг дахин шинээр бүтээлээ.

-Стив Жобс-

“2008 оны “Macworld”-д тавтай морил. Өнөөдөр, энд ‘агаар’-тай холбоотой нэгэн гайхалтай зүйлийг танилцуулах гэж байна” хэмээн хэлсээр Стив Жобс “MacWorld 2008”-ийг нээжээ. Ингэж, “агаар буюу Air” гэдэг үгийг яриандаа хавчуулж Жобс нь тухайн өдрийнхөө илтгэлийн чиг хандлагийг гаргасан ба хамгаас нимгэн нөүтбүүк болох “MacBook Air”-ийг танилцуулсан билээ. Өөр ямар ч компьютер түүний жинтэй харицуулагдашгүй, ердөө 1.3 килограмм, 0.4 сантиметрийн өргөнтэй, энэ нь зарим үзэгчдийн нэрлэснээр жинхэнэ “Мөрөөдлийн компьютер” байв. Жобс нь, бүх л үзэгчид энэ шинэ гайхалтай компьютерийг тодорхойлох нэр хайна гэдгийг мэдэж байсан учир тэр компьютерийн нэрийг өөрөө тодорхойлж, үзэгчид болон сэтгүүлчдийн тархинд үлдэх гарчгийг бий болгосон байна: “MacBook Air”, дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”.

“MacBook Air”-энэ бол “Apple”-ийн хийсэн, маш нимгэн нөүтбүүк юм. Түүнийг тодорхойлсон хамгийн шилдэг өгүүлбэр бол ‘дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк’ гэдэг өгүүлбэр. “Google” рүү орон “дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк” гэж хайгаад үз. Бараг гучин мянган илэрц олдох ба сонингийн гарчиг, сэтгүүлийн хавтас гээд бүх зүйлд “Macbook Air” гарах болгонд заавалчгүй ‘дэлхийн хамгийн нимгэн нөүтбүүк’ гэдэг гарчигтай байгааг та харах болно. Жобс нь энэ мэт, шинэ бүтээгдэхүүний хамгийн тохирсон тодорхойлолтыг өөрөө хийж өгч, бүтээгдэхүүнтэй тухайн утгыг үүрд тамгалаж өгдөг байна. Тодорхойлсон өгүүлбэр, гарчиг нь маш үр дүнтэй зар сурталчилгааны, ‘бренд’-ийн шийдэл ба, сонин, хэвлэл мэдээлэл телевиз ч энэ тодорхойлолт өгүүлбэр, гарчгийг шууд ашигладаг юм. Хэвлэл мэдээллийнхэн, мөн үзэгчид нь бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох хамгийн богино, ойлгомжтой мөн бүрэн бүтээгдэхүүнийг танилцуулж чадах тийм л жижиг өгүүлбэр гарчгийг хайж байдаг. Тийм учир энэ ажлыг өөртөө ав, таны бараа бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох өгүүлбэрийг бусдад өөрөө хэлж өг. Яг л Жобс “Macbook Air”-ийг “Дэлхийн хамгийн нимгэн нөүтбүүк” гэж хэлж өгсөн шиг

140 ба түүнээс бага тэмдэгт

Жобс нь энэ барааг тодорхойлох өгүүлбэрээ маш ойлгомжтой, энгийн, мартагдахааргүй, бас хамгийн гол нь авсаархан, жижиг хэмжээтэй байхад зорин зохиодог юм. Түүний тодорхойлох өгүүлбэрүүд Twitter дэх зурваст багтаж чадахаар тийм л цөөхөн үг хэллэг ашигласан байдаг. Сая сая хэрэглэгчид Твиттерээр тухайн өдөр болсон үйл явдлын тухай харилцацгааж, бие биендээ мэдээллэж байдаг. Twitter нь бизнес-харилцааны сэтгэл зүйг тэр чигээр нь өөрчилж чадсан олон нийтийн сүлжээ хэрэгсэл юм. Учир нь Twitter нь хүмүүсийг товч бөгөөд тодорхой бичихийг шаарддаг. Хамгийн урт зурвас л гэхэд 140 тэмдэгтээс бүрдэх ёстой. Үүнд үсгээс гадна зай, мөн цэг, таслалын тэмдэглэлүүд хүртэл багтана. Жишээ нь: “MacBook

Air” Жобсын хийсэн тайлбараар “Дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”, энэ нь (англи хэл дээр) өгүүлбэрийн төгсгөлийн цэгийг оруулаад зөвхөн 30 тэмдэгтэд л багтаж байгаа юм.

Жобст бараг бүх бүтээгдэхүүнүүдийг тайлбарлахад нэг л мөр хангалттай байдаг. Эдгээр нь итгэл, хэвлэл мэдээллийнхэнд, эсвэл маркетингийн албаныханд ашиглагддаг байна.

Түүнчлэн, Жобсийн энэхүү тодорхойлох өгүүлбэрүүд нь маш үр дүнтэй ажилладаг. 2008 оны 1 сарын 15 буюу “MacBook Air”-ийн худалдаанд гаргахаар зарласан өдөр, хэвлэл мэдээлэл, телевизийн суваг, блог, танилцуулга гээд бүх л мэдээллийн хэрэгсэлээр “MacBook Air”-ийн тухай яригдах болгонд, Жобсын тодорхойлох өгүүлбэр болох “Дэлхийн хамгийн нимгэн нөүтбүүк” гэдэг өгүүлбэр нь давтагдаж байсан юм. Жобсын энэ өгүүлбэр нь бүтээгдэхүүнтэйгээ үүрд тамгалагдсан байгаа учир, бүтээгдэхүүнд давхар сурталчилгаа болж өгч байгаа юм.

Хүснэгт : Жобсын “MacBook Air”-д зориулсан гарчгууд, тодорхойлох өгүүлбэрүүд

Гарчиг	Үндэслэл
“MacBook Air гэж юу вэ? Нэг өгүүлбэрээр бол энэ дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”	Гол илтгэл дээрээ хэлсэн үг
“Дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”	Слайд дээрх үг
“Энэ бол “MacBook Air”. Дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”	Танилцуулгын дараа CNBC-д бүтээгдэхүүнээ сурталчилж байхдаа.
“Бид дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүкийг бүтээсэн”	CNBC дээр “MacBook Air”-г хандаж дахин тодорхойлж хэлж байна.
“MacBook Air. Дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк”	“Apple”-ийн сайтны эхний нүүрэн дээрх нөүтбүүкний зургын доорх гарчиг
“Apple MacBook Air”-ыг танилцуулж байна. Дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк	“Apple”-ийн хэвлэлийн бага хурал дээр хэлсэн үг.

Ихэнх илтгэгчид өөрийн компани, бүтээгдэхүүн, эсвэл үйлчилгээгээ 1 өгүүлбэрт бартааж

хэлж чаддаггүй. Хэрвээ урьдаас бэлдсэн тодорхойлох өгүүлбэр байхгүй бол таны бараа бүтээгдэхүүний санаа хурдтай тархаж чадахгүй. Харин илтгэлийн туслах санаа, дэмжих өгүүлбэр слайдууд нь зөвхөн энэ тодорхойлох үгэн дээр түшиглэн явах учиртай.

Маркетингийн дайралт

Жобс тайзан дээрээс өөрийн илтгэлийн гарчгийг хэлсний дараа л “Apple”-ийн бүх маркетинг, хүмүүсийн сэтгэлзүйтэй ажиллах багууд нь хамгийн их хурдтайгаар ажиллаж эхэлдэг. “Macworld Expo”-гийн ханан дээрх сурталчилгааны самбар, тайз, “Apple”-ийн сайтын эхний хуудсан дээрх сурталчилгаа, зар, сонин сэтгүүл мэдээллийн хэрэгсэлийн мэдээлэлд бүгд л Жобсын барааг тодорхойлсон өгүүлбэр хамгийн түрүүнд байдаг. “Таны халаасанд 1000 дуу” аль эсвэл “дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нөүтбүүк” гэх мэт тодорхойлох өгүүлбэрүүд нь “Apple”-ийн бүх маркетингийн сувгуудаар цацагддаг юм. Учир нь эднээс өөр ямар ч өгүүлбэр “Apple”-ийн барааг төгс тодорхойлж чадахгүй.

Өнөөдөр Apple гар утсыг шинээр бүтээлээ

2007 оны 1 сарын 9-нд “PC World” дээр, “Apple” нь “iPod”, гар утас, болон интернет хөтчийг нийлүүлсэн, гар утсыг шинээр бүтээх болно” гэх мэдээлэл цацагдсан байв. Энэ бүтээгдэхүүн нь мэдээж “iPhone” байсан юм. “iPhone” гар утасны зах зээлд хувьсгалыг хийсэн гэдэгтэй хэн ч маргахгүй. “Time” сэтгүүлийн жилийн хамгийн шилдэг бүтээгдэхүүнээр ч тодорсон билээ. “iPhone” нь худалдаанд гараад хоёрхон жилийн дотор л гэхэд ухаалаг гар утасны зах зээлийн 13 хувийг эзэлсэн юм. “PC World”-ын болон бусад хэвлэл мэдээллийн редакторууд ч “Apple гар утас дахин бүтээлээ” гэдэг гарчгийг өөрсдөө зохиогоогүй юм. “Apple” хэвлэлийн бага хурал дээрээ “iPhone”-ийг тодорхойлох энэ өгүүлбэрийг танилцуулсан ба Стив Жобс түүнийг “MacWorld” дээр тавьсан өөрийн илтгэл дээр илүү баталгаажуулж чадсан юм. Энэ гарчиг нь үнэхээр үр дүнтэй, төгс илэрхийлж чадсан тийм л гарчиг байв.

Жобсын “iPhone”-ийг олон нийтэд танилцуулах үеэр, тэр “гар утас дахин бүтээлээ” гэдэг өгүүлбэрийг нийтдээ 5 удаа хэрэглэжээ. Гар утасны үйлдлүүдийг үзэгчдэд тайлбарласны дараа тэр дахин үзэгчиддээ хандаж “та нар түүнийг гартаа бариад үз, тэр цагт л та биднийг цоо шинэ утас бүтээсэн гэдэгтэй санал нийлэх болно” хэмээн хэлсэн байна.

Жобс хэвлэлийхнийг гарчиг зохиохыг, түүний бүтээгдэхүүнийг тодорхойлох өгүүлбэрийг зохиохыг хүлээдэггүй. Бүтээгдэхүүнээ тодорхойлох өгүүлбэрээ тэр сайтар бодолцож, өөрөө бичиж, илтгэлийн үеэр хэд хэдэн удаа давтаж хэлдэг байна. “iPhone”-ийн танилцуулгын үеэр техникийн хэсгийн тухай ярьж эхлэхээсээ өмнө, тэр дахиад л гарчигаа давган хэлсэн ба давган давган хэлж, сонсогчдын тархинд “Apple шинэ утас бүтээсэн” гэдгийг дахин нэг ойлгуулсаны дараа л тэр яриагаа үргэлжлүүлнэ. Ингэж Жобс нь гарчгийг боломжтой үе болгон дээр давган хэлж, үзэгчдийн тархи толгойнд суулгаж өгдөг байна.

Таны халаасанд 1000 дуу

Түүхэнд бичигдсэн Apple-н өөр нэг гарчиг. Леандр Канигийн хэлсэнээр, Жобс анхны “iPod”-ийн тодорхойлолтыг өөрөө сонгосон гэнэ. 2001 оны 10 сарын 23-нд тэрээр “iPod”-ны танилцуулган дээр “Өнөөдөр бид 180 грамм жинтэй, 5 гигабайтын багтаамжтай, хэрэглэхэд маш хялбар “Apple”-ээс шинээр гаргаж байгаа зөөврийн MP3-тоглуулагчыг танилцуулж байна” гэж хэлж болох байсан, тэгэхдээ Жобс нь мэдээж бараа бүтээгдэхүүнээ ингэж танилцуулаагүй, учир нь энэ нь Жобсын хэв маяг биш. Нуршсан, урт, сонсогчдод тогтооход хүндрэлтэй өгүүлбэрийн оронд тэрээр зүгээр л “iPod. Таны халаасандах 1000 дуу” гэж хэлсэн байна. Үүнээс энгийнээр хэлэх боломж байгаа гэж үү? Энэ тодорхойлолтоор Жобс нь нэгхэн өгүүлбэрт хамгийн чухлыг багтааж, хамгийн чухал нэг асуулт болох ‘энэ нь хэрэглэгчдэд юуг өгөх вэ?’ асуултанд хариулсан юм.

Энэ үйл ажиллагаанд оролцсон ихэнх сэтгүүлч нар Жобсын энэ өгүүлбэрийг өөрийн нийтлэлийн гарчиг болгон ашигласан байдаг. “Associated Press”-ийн нүүрэн дээр хүртэл “Apple-ийн шинэ iPod таны халаасанд 1000 дуу багтааж байна” гэж бичсэн байв. “Apple”-ийн хэрэглэсэн энэ гарчиг бол тодорхойлох өгүүбэр нь мартагдхааргүй, хамгийн утга төгс гарчигны гурван шалгуурыг бүрэн хангаж байгаа юм. Цөөн үгтэй (англи хэлээр 27 тэмдэгт), тодорхойлолттой (1000дуу), мөн боломжийг санал болгосон (энэ бүх дуунууд таны халаасанд).

Мөн түүнчлэн эдгээр гурван тодорхойлолтонд нийцсэн “Apple”-ийн зохиосон хэд хэдэн гарчгуудыг харцгаая. Тэгэхдээ зарим хэд нь л 10-аас илүү тэмдэгт ашигласан ба, ихэнхийг нь Twitter дээр байрлуулж болох юм:

- * Экологийн цэвэр нөүтбүүк (“MacBook”-ын шинэ хувилбар, 2008 оны 10 сар)
- * Дэлхий дээрх хамгийн алдартай MP3 тоглуулагч,одоо илүү сайжирсан (“iPod Nano”-ын 4дэх загварын танилцуулга, 2008оны 9р сар)
- * “iPhone3G”. 2 дахин хурдан бас 2 дахин хямдхан (“iPhone3G”-ын танилцуулга, 2008 оны 7 сар)
- * “Apple” гар утсыг дахин бүтээлээ. (“iPhone”-ын танилцуулга, 2007 оны 1 сар)
- * Дэлхий дээрх хамгийн сайхан нөүтбүүк. Хурд, өнгө, үзэмжний гайхамшиг (17 инчийн дэлгэцтэй “MacBook”-ын танилцуулга, 2006 он 4 сар)
- * “Mac”-д зориулсан хамгийн хурдан интернет хөтөч. (Safari-н танилцуулга, 2003оны 1сар)

Дэлхийг өөрчилсөн гарчиг

“Google”-г үүсгэн байгуулагч Сергей Брин болон Ларри Пейж нар худалдааны “Sequoia Capital” компанид өөрсдийн бүтээсэн хайлтын системд хөрөнгө оруулахыг ятгахаар ирсэн байна. Тэд хөрөнгө оруулагчдад өөрсдийн компанийг 1 л өгүүлбэрт багтаан тодорхойлжээ. “Google танд нэг л даралтаар дэлхий дээрх бүх мэдээллийг олж авах боломж өгнө” гэсэн

байна. Энэ нь нийт 36 тэмдэгт болон 10 үг л болсон юм. (англи хувилбараар). “Google”-ийн анхны хөрөнгө оруулагчдын нэг надад “Google”-ын технологи, үйл ажилгааг бүрэн ойлгоход энэ 10 үг л хангалттай байсан гэж хэлж билээ. Үүнээс хойш “Sequoia Capital”-ын эзэд, тэдэнд хандаж байгаа бүх хүмүүст бүтээгдэхүүнээ нэг өгүүлбэрт багтаан тайлбарлахыг шаарддаг болжээ. Нэгэн хөрөнгө оруулагч хэлсэнчлэн: “Хэрвээ та өөрийнхөө хийсэн бүтээгдэхүүнийг 10 ба түүнээс бага үгэнд багтааж тайлбарлаж чадахгүй бол, би үүнийг худалдаж авахгүй, би үүнд хөрөнгө оруулалт хийхгүй, энэ надад сонирхолтой биш” гэсэн байна.

Доор дэлхийг өөрчиж чадсан өгүүлбэрүүдийг та бүхэнд сонирхуулья :

* “Cisco” бидний амьдрал, ажил, сургууль, ба чөлөөт цагийн хэв маягийг өөрчилдөг. (Cisco-ын гүйцэтгэх захирал Жон Чамберс өөрийн илтгэл ба ярилцлаган дээрээ энэ өгүүлбэрийг давтдан хэлдэг).

* “Starbucks” нь ажил, гэр хоёрын голын цэг. (“Starbucs”-ын гүйцэтгэх захирал ингэж анх өөрийн санааг хөрөнгө оруулагчдын өмнө тайлбарласан юм).

* Бид ширээ болгон дээр компютертэй тийм ирээдүйг харж байна. (Энэ өгүүлбэрээр “Microsoft”-ыг үүсгэгч Билл Гейтс өөрийн бодлоо, компанид орсныхаа дараа өөрийнхөө сонголтонд эргэлзэж байсан Стив Балмерт тайлбарлсан юм. Балмер, Microsoft-ын одоогийн гүйцэтгэх захирал, бөгөөд Гейтсийн энэ л өгүүлбэр үлдэхэд минь том нөлөө үзүүлсэн, гэж хэлж байжээ. Харин одоо Баллмер нь 15 тэрбум доллартаа ба өөрийн шийдвэртээ сэтгэл хангалуун байна.)

Санамж

* Өөрийн ярих санааг бүрэн илэрхийлж чадах гарчиг зохио, тодорхойлох өгүүлбэрийг зохио. Хамгийн үр дүнтэй гарчгууд богинохон (ихдээ 140 тэмдэгт) багтсан, тодорхой, мөн ашгийг санал бологосон байдаг гэдгийг анхаар.

* Гарчигаа, тодорхойлох өгүүлбэрээ өөрийн яриа, илтгэл, мөн маркетингийн материалдаа (танилцуулга, слайд, товхимол, хэвлэлийн бага хурал, вебсайт дээр) тууштай давгаж, үзэгчдийн тархинд хоногшуулж өгөөрэй.

* Таны гарчиг - энэ бол таны сонсогчдод сайхан ирээдүйн төсөөлөл санал болгох өргөдөл гэдгийг сана. Энэ таны тухай биш. Харин тэдний тухай байх учиртай.

Илтгэлдээ чиглэлийг бий болго

Өнөөдөр бид та бүхэнд гурван хувьсгалыг нэг дор авчирах бүтээгдэхүүнийг танилцуулах гэж байна

-Стив Жобс-

2007 оны 1 сарын 9-нд Стив Жобс ээлжит шуугианыг тарин, түүхэнд бичигдэх илтгэлийг хэрхэн хийх бол хэмээн бүх дэлхий ажиглан байсан юм. “Өнөөдөр “Apple” гар утсыг дахин бүтээлээ” гэж Жобс хэлээд, “iPhone”-ыг танилцуулжээ.

Гэхдээ, энэ гарчгийг дурьдахаас өмнө Жобс, “Apple” одоо нэг биш, харин шууд гурван хувьсгал хийх бүтээгдэхүүн танилцуулах болно гэж сонсогчдоо урьдчилан анхааруулав. “Нэгдүгээр бүтээгдэхүүн бол мэдрэгчтэй, өргөн дэлгэцтэй “iPod”, танхимд цугларсан хүмүүс үүнийг сул алга ташилтаар хүлээж авлаа. “Хоёрдах бүтээгдэхүүн гар утасны зах зээлд хувьсгал авчрах гар утас” үүнийг үл ялиг илүү алга ташилтаар угтаж авав. “Гуравдахь бүтээгдэхүүн бол харин интернетэд холбогдох төхөөрөмж” хэмээн хэлэхэд үзэгчид яг л үүнийг хүлээж байсан мэт суудлаасаа босоцгоож алга ташицгаасан юм гэвч тэд хэтэрхий яарсан байжээ. Гол сүприз нь задраагүй байлаа. Жинхэнэ гайхамшиг удахгүй ил болох учиртай. Жобс үргэлжлүүлээд: “Тэгэхээр, гурван зүйл, мэдрэгчтэй өргөн дэлгэцтэй iPod, хувьсгалыг хийх гар утас, цоо шинэ интернет төхөөрөмж... “iPod”... гар утас... интернетэд холбогдох төхөөрөмж... Та бүхэн ойлгоцгоосон уу? Энэ бүгд гурван тусдаа бүтээгдэхүүн биш юм, эд бүгд нийлээд нэг бүтээгдэхүүн ба, бид түүнийг “iPhone” гэж нэрлэсэн юм” хэмээн хэлэхэд танхим дахь хүмүүс бараг галзуурах шахан хашгиралдаж, нинжгэнэтэл алга ташилтаар бэлэг барьжээ. Жобс нь, “Apple” бол дэлхий дээр хамгийн гайхалтай компани гэж баталсан дахин нэг гайхалтай бүтээл гаргалаа гэж өөрийн “Twitter” дээрээ бичжээ.

Стив Жобс сонсогчиддоо, өөрийн танилцуулж байгаа илтгэлийн урьдчилсан тойм болгож, газрын зураг, чиглэлийг олгосон байжээ. Ихэвчлэн ийм газрын зураг гурван бүлэгт хуваагдсан байдаг. Жобсынхоор илтгэл ‘гурван бүлэгт’ хуваагдах ёстой, бүтээгдэхүүний тодорхойлолт ч ‘гурван чухал шинж чанар’ дээр, танилцуулга мөн адил ‘гурван хэсэгт’ хуваагдах учиртай. Үүнийг 1984 оны 1 сарын 24-нд болсон “Macintosh”-ын танилцуулганаас ч гэсэн тодорхой харж болно. Жобс сонсогчиддоо: “Компьютерийн салбарт домог болсон хоёр л бүтээгдэхүүн байдаг. 1977 оны “Apple II”, ба “1981 оны IBM PC”. Тэгвэл өнөөдөр бид домог болж үлдэх гурав дахь бүтээгдэхүүнтэй танилцах гэж байна. Энэ бол “Macintosh”. Тэр үнэхээр гайхалтай төгс бүтээл болсон!” хэмээн зарлаж байжээ.

Үгчилбэл илтгэлийн чиг, газрын зураг нь сонсогчдод чинь таныг даган явахад тусалдаг. Өөрийн үйлчлүүлэгчиддээ хэвлэлийн өмнө илтгэл тавихад бэлтгэлд нь туслангаа, би тэднээс илтгэлийн гол хэсгийг ярьхаас өмнө 3 (ихдээ 4) хэсгээс бүрдсэн амархан ойлгогдохоор түүхийг зохиохыг дандаа хүсдэг. Харин тэднийг энэ техникийг хэрэглэж байх үед, сурвалжлагчид идэвхтэй бичиж байхийг би харж байсан юм. Хэрвээ илтгэж байгаа хүн ямар нэгэн чухал хэсгийг орхигдуулахад, сурвалжлагчид заавал: “Та ер нь бол гурван гол хэсэг

байгаа гэж хэлсэн. Харин бид хоёрыг нь л сонслоо”, гэх мэт асуудаг байна. Үгчилсэн газрын зураг нь таны уншигчдад ямарч үед хаана явж байгаагаа мэдэх боломжийг олгодог юм.

Бид өөрсдийн ой санамжид маш цөөн тооны, энгийн мэдээллүүдийг л хадгалах чадвартай. 1956 онд шинжээч Жорж Миллер “Ид шидтэй тоо 7 буюу нэмэх, хасах 2” гэдэг нэгэн маш сонирхолтой нийтлэлийг хэвлүүлжээ. Миллерийн үзэж байгаагаар, бид их хүч зарцуулж байж

түр ой санамжиндаа 7 –оос 9 тоо цээжилж чадна гэнэ. Харин сүүлийн үеийн судалгаагаар энэ тоо багассан ба одоо бид 3-аас 4 оронтой тоог, 3-аас 4 огт холбоогүй сэдэвийг л түр ой санамжиндаа байлгаж чадах гэнэ. Тиймээс Жобс илтгэл болгондоо 3 эсвэл 4-өөс илүүгүй гол санааг оруулдаг. Тэр 4 зүйлийг хамарч ярих нь тун ховор. Стив “Гурвын дүрэм”-ийг хэрэглэдэг бөгөөд, энэ нь харилцааны онол дах хамгийн хүчтэй ойлголтын нэг юм..

Яагаад Маша дөрвөн баавгайтай таараагүй вэ?

Сонсогчид тоочилт, жагсаалтанд дуртай байдаг. Тэгвэл хэр их тоочилт, жагсаалтыг нэг хуудсанд оруулж болох вэ?

Гурав бол алтан дундаж. Хошин шогчид ГУРАВ бол ХОЁРоос илүү инээдтэй гэдгийг мэддэг. Бичээчид ГУРАВ нь ДӨРӨВөөс илүү сэтгэл хөдөлгөсөн гэдгийг мэддэг. Харин Жобс ГУРАВ нь ТАВаас илүү үнэмшилтэй гэдгийг мэддэг байна. Бүх агуу кино, ном, дуу, эсвэл илтгэлийн бүтэц ГУРВАН үзэгдлээс бүтсэн байдаг. Шадар ТАВАН цэрэг биш, харин Шадар ГУРВАН цэрэг байсан, Маша Дөрөв биш, ГУРВАН баавгайн овоохойд орсон. Мөн Америкийн Нэгдсэн Улсын Тунхаг бичигт Америк хүн нь ГУРВАН эрхтэй хэмээн тайлбарласан байдаг - амьдрах, эрх чөлөө, мөн аз жаргалд хүрэх тэмүүлэл (дан ганц амьдрал, эрх чөлөө биш гэдэгийг анзаарч байгаа биз). “Гуравын дүрэм” нь ном, сурах бичиг, улс төр, мөн Стив Жобсын илтгэлийн үндсэн дүрэм юм.

Судалгаагаар 3 гэдэг тоо нь 2, 4, 5-аас хамаагүй нөлөөтэй нь тогтоогдсон байхад бид яагаад үүнийг илтгэлдээ, яриандаа хэрэглэж болохгүй гэж? Түүнийг зүгээр л хэрэглэх хэрэгтэй. Энэ дүрмүүдийг маш бага тооны бизнесменүүд бараа бүтээгдэхүүн сурталчлахдаа ашигладаг. Тиймээс та сааралтсан олон бизнес танилцуулга, сурталчилгаанаас энэ дүрмийг хэрэглэсэнээр ялгарч чадах болно. “Гурвын дүрэм” нь тэнгисийн цэргийхэнд үр дүнтэй ажилладаг, Жобс ч мөн адил ашигладаг, тиймээс танд ч мөн үр дүнтэй ажиллах болно.

2005 оны 6 сарын 6-нд болсон “WorldWide Developers Conference” дээр Жобс нь “IBM PowerPC” процессороос “Intel”-ийн процессор луу шилжих талаар мэдэгджээ. “За тэгэхээр шилжилтын тухай ярилцъя” хэмээн хэлж Жобс энэ тухай ярьж эхлэсэн байна.

“Мас, түүхэндээ одоогийн байдлаар зөвхөн 2 шилжилт хийгээд байгаа. Эхнийх нь 68К процессороос “PowerPC”-руу хийсэн шилжилт. Энэ үйл явдал 90-ээд оны дундуур ойролцоогоор 10 жилийн өмнө болж өнгөрсөн. “PowerPC” нь “Apple”-ийг дараагийн 10 жилд хангасан бөгөөд энэ нь ч зөв, нүдээ олсон алхам байлаа. Хоёрдахь шилжилт, энэ бол бидний хэдэн жилийн өмнө дуусгаад байсан “OS X”-өөр “OS9”-ийг сольсон явдал юм. Энэ бол жинхэнэ “тархи шилжүүлэн суулгалт” мэт нарийн ажил байсан. Хэдийгээр зөвхөн системийг дугаарлах хэлбэр бага зэрэг өөрчлөгдсөн ч гэсэн, бид шинэ түвшинд хүрсэн юм. Энэ шилжилтийн ачаар “OS X” нь дэлхий дээрх хамгийн хурдан систем болсон бөгөөд, энэ нь “Apple”-ийг дараагийн 10 жилд бэлтгэсэн юм. Харин одоо гурав дахь шилжилтийг хийж эхлэх цаг нь болсон байна. Бид та нарт, мөн ирээдүйн хэрэглэгчдэд илүү сайн компьютер хийхийг зорьж байна. Үүний тулд “PowerPC”-ээс “Inter”-ийн процессор луу шилжих хэрэгтэй” хэмээн зарлажээ.

Гурвын дүрэм таны гольфын чадварыг хэрхэн дээшлүүлэх вэ?

Энэ бүлгийг бичсэнийхээ дараа би бага зэрэг завсарлага авч, дүүрэгтээ байдаг гольфийн сургалтын хичээлд суусан юм. Дурын гольфчин таньд гольфийн хамгийн хэцүү зүйл нь сайтар цохихын тулд шаардагдах хамгийн жижиг элемент, хөдөлгөөнүүдийг цээжлэх гэж хариулах болно. Зогсолт, савалт, тэнцвэрээ олох, бүтэн эргэлт, хүндийн төвийг шилжүүлэх, бөмбөгийн төвийг олох гэх мэт. Тэгвэл гольфийг цохиж байхдаа та энэ олон дүрмийг нэгэн

зэрэг бодож, биелүүлэхийг хичээвэл, таньд ямар ч амжилт гарахгүй. Тэнгисийн цэргийхэнд нэгэн зэрэг маш олон биш харин 3 үе шат болгон хуваасан даалгавар өгөхөд тэдэнд биелүүлэхэд амар байдагийг би биеэрээ мэднэ. Тиймээс гольфт амжилт гаргахын тулд би өөрийн дасгалжуулагчаас миний хөдөлгөөнийг сайжруулах зөвхөн гуравхан заалт өгөхийг хүссэн билээ. “Маш сайн” гэж тэр хэлээд, “Өнөөдөр бид хөлний тавилт дээрээ анхаарал хандуулна, бөмбөгөө цохихдоо баруун хөлөндөө бүх жингээ өгөөд мөн хамаг чадхаараа цохилтын дараа тогтоож барина. Тэгэхээр: хөл, жин, тэнцвэр гэдгийг санаж аваарай”. Үүнийг тогтооход үнэхээр амархан! Үр дүнд нь би удаан хугацааны туршид чадахгүй байсан зүйлээ хийж сурсан бөгөөд, миний тоглолт мэдэгдэхүйц сайжирсан юм. Энэ мэтээр “Гурвын дүрэм” таны илтгэлд ч мэдрэгдэхүйц нөлөөг авчрах болно, гольфт хүртэл ямар өөрчлөлт гаргаж байгааг та харсан биз !

Илтгэлийг 3 хэсэгт хуваах нь сонсогчдод тодорхой чиглэлийг өгч байдаг. Ингэж газрын зураг, чиглэлийг өгөх нь таны яриа хаа хүрэх, одоо хаана байгаа, юунд тэмүүлж байгааг үзэгчдэд ойлгуулдаг. Жобс одоо хамгийн гол хэсэг нь, мөн Macintosh аль хэдийнэ 2 шилжилтийг давж гарсан ба бид 3 дах шилжилтийг хийх болно гэдгийг аль ярианыхаа эхэнд л хэлж үзэгчдийн дунд догдлол, хүлээлтийг бий болгоод байсан юм. Мөн тэрээр шилжилт болгоныг шууд задалсангүй, бүхнийг маш дэс дараалалттай, бага зэрэг тайлбартай хүргэсэн байна. Эхний шилжилт “сайн” байсан бол хоёр дах нь “илүү чухал” шилжилт болж өгсөн, харин гурав дахь шилжилт нь “хамгийн чухал” гэдгийг тодорхойлсон байна

“Apple”-ийн гурван хөлтэй сандал

2008 оны 9 сард буюу Дэлхийн “Apple”-ийг хөгжүүлэгчдийн хурал дээр Жобс, гурван хөлтэй сандлын дүрстэй слайд харуулжээ. “Таны мэдэж байгаачилан Apple нь гурван хэсгээс бүрдэж байгаа” гэж тэр хэлэв. “Эхний хэсэг, энэ бол мэдээж “Macintosh”. Хоёрдах хэсэг, энэ бидний хөгжмийн салбар, өөрөөр хэлбэл “iPod” болон “iTunes”. Харин гуравдах хэсэг, энэ бол iPhone”. Ингээд эхний хоёр хэсгийг танилцуулах илтгэгчийг (“Apple”-ийн захирал) танилцуулаад, харин гуравдахь хэсэг буюу “iPhone”-ий хэсгийг тэрээр өөрөө илтгэхээр шийджээ.

“iPhone”-ийг ярьж эхлэхэд, Жобс дахиад л өөрийн сонсогчиддоо газрын зураг, чигийг танилцуулж эхлэв. Энэ удаад түүний үзэгчдэд танилцуулах газрын зураг нь 4 хэсгээс бүрдсэн байлаа. “Хэдхэн долоо хоногын дараа” iPhone”-ны анхны төрсөн өдөр болно. Бид анхны “iPhone”-ыг 6 сарын 29-нд худалдаанд гаргасан билээ. Энэ бол гайхалтай эхлэл байсан ба бидний урьд өмнө нь хийж байсан зүйлүүдээс хамгийн гайхалтай нь байсан юм. “iPhone”-ыг олон нийт өндөр сэтгэгдэлтэйгээр, маш шуугиантайгаар хүлээж авсан бөгөөд тэрээр өөрөө ч ‘гар утас’ гэх ойлголтыг бүрэн өөрчилж чадсан бүтээгдэхүүн болсон. Тэгэхдээ дараагийн түвшинд хүрэхийн тулд, бидэнд өндөр уулын орой руу үргэлжлүүэн мацах хэрэг гарч байна. Бидний гол анхаарлаа хандуулж буй зүйл бол: Нэгдүгээрт, “3G-холболт” буюу хамгийн хурдан интернет холболт. Хоёрдугаарт, хэрэглэгчдийн дэмжлэг. Гуравдугаарт, хөгжүүлэгчдийн дэмжлэг. Мөн сүүлд нь буюу, дөрөвдүгээрт, бид “iPhone”-ыг дэлхийн илүү олон орон луу худалдаанд гаргах ёстой” хэмээжээ.

“USA Today” -ын арга барил

Сэтгүүлчид нь ойлгоход хэцүү санааг тодорхой бүлэгт хамруулж, олон нийт ойлгох хэлэнд хувиргах чадварт мэргэшсэн хүмүүс. Америкийн хамгийн алдартай сонин болох “USA Today”-г ажиглавал, ихэнх нийтлэл дээр гол санааг 3 хэсэгт хуваан шахсан байгааг харах болно. Жишээ нь:

“Intel” илүү хурдан “Centrino2” процессорийг хийж гаргахад 3 тодорхой давуу талуудыг ялгаад, яагаад бүгд чухал гэдгийг тайлбарласан байв:

* Зайны ажиллах хугацаа. “Дэлхий дээрх хамгийн сайн нөүтбүүк ч гэсэн , зай нь суучихсан бол, 1 цент ч үнэ хүрэхгүй. “Intel”-ийн шинэ процессор хамгийн бага хэмжээний цахилгаан зарцуулах ба бусад цахилгаан хэмнэх функцуудээрээ бусдаас илт давуу”.

* График. “Нөүтбүүк нь ихэнхдээ хамгийн энгийн графикайн функцуудтэй үйлдвэрлэгддэг. Гэвч, одоо аль хэдийнэ нөүтбүүкнүүдийн 26 хувь нь тусгай график-чиптэй ба хүмүүст кино үзэх, тод графиктай программ ашиглах, тоглоом тоглох боломжыг олгодог. Бидний шинэ процессор ч хүчтэй график картыг дэмжихэд зориулагдан бүтээгдсэн.

* Утасгүй интернет. “Intel”-ийн шинэ процессор хамгийн сүүлийн үеийн “Wi-Fi” хувилбартай. Түүнээс гадна, энэ жил “Intel”, хэдэн киломертийн радиустай шинэ стандартын WiMax, утасгүй холбоог суулгасан процессорыг худалдаанд гаргахаар төлөвлөж байна” гэжээ.

Мөн түүнчлэн “USA Today” дээр, хамгийн сүүлийн үеийн бүтээгдэхүүнийг туршиж үзсэний дараа ийнхүү шүүмжийг бичжээ. “Microsoft”-ын шинэ систем (Windows 7)-г туршиж үзсэний дараа , тэр 3 бүлэгт хуваан жижиг нийтлэл бичжээ:

* Зохион байгуулалт.”Дэлгэцэн дээрх дасгалуудын тэмдэглэл илүү олон бас том болсон харагдана. Та тэдгээрийг өөрийн хэрэгтэй гэж үзэж байгаагаараа тавьж байрлуулж удирдаж болно.

* Аюулгүй байдал.”Windows 7 нь таныг шинэ программ суулгах болгонд чинь аюулгүй байдлыг алдагдуулж байна гэсэн мессеж өгөхгүй”. Өөрөөр хэлбэл арай “амар”

* Нийцтэй байдал.”Бета хувилбар байсан ч гэсэн “Windows 7” нь миний принтер болон зургийн аппаратыг ямар ч нэмэлт программ нэхэхгүйгээр төвөггүй ажиллуулж байна”

Сурвалжлагчид өөрсдийн материалуудыг, олон нийт ойлгоход амар болгохын тулд, зохицуулах жижиг бүлгүүдэд хуваан бичдэг. Жобс ч мөн адил бүх зүйлийг яг үүн шиг хийдэг байна. Түүний илтгэл, яг бусад сонингийн нийтлэлтэй адилхан гарчиг, өмнөх үг, гурав хуваагдсан мэдээлэл мөн дүгнэлтээс бүрддэг.

Дэлхий дээрх хамгийн сайн илтгэгч нар юу мэддэг вэ?

АНУ-н ерөнхийлөгч Барак Обама, Кеннедигийн илтгэлийн хэв маягийн шүтэн бишрэгч, тиймээс ч тэр өөрийн яриа, илтгэлийг илүү үр дүнтэй болгохын тулд гурвын дүрмээс хэдийг нь авсан байна. Энд Обамагийн ерөнхийлөгч болох анхны гараагаа эхэлсэн илтгэлдээ тэрээр “Гурвын дүрэм”-ийг хэрхэн ашигласан байгааг харуулья:

2004 оны Ардчилсан намын үндэсний хурал дээр Обамагийн хэлсэн үгний хэсгээс:

“Би, бид, дунд түвшинийхэнд туслаж, ажилчдын гэр бүлд шинэ боломжийг бий болгож чадна гэдэгт итгэдэг... Би, бид, ажилгүйчүүдэд ажил олгож, гэр оронгүйчүүдэд гэр орон, бас залуу үеийн зүрхэнд хүчирхийлэл, зовиолгүй сайхан ирээдүйг суулгаж чадна гэдэгт итгэдэг... Би, бид зөв зүгт алхацгааж, салаа замын өмнө зөв сонголтыг хийж, түүхийн бидэнд шидэх тэр дуудлагагыг зоригтойгоор хүлээж аван тэмцэж чадна гэдэгт итгэдэг”.

Яг дээрх ярианд үзүүлсэнээр, Обама зөвхөн өөрийн бүхэл яриаг гурван бадагт 3 хуваагаагүй ба харин өөрийн ярианы өгүүлбэрийн доторх хэсэг болгоныг гурав хуваасан байгаа юм.

2009 оны 1 сарын 20-нд Обама ерөнхийлөгчийн суудлыг хүлээж авах ёслолын үеэр, биеэр хүрэлцэн ирсэн 2 сая хүн мөн гэртээ телевизороор үзэж байгаа хэдэн сая хүмүүсийн өмнө үг хэлсэн юм. Энэ үгэндээ Обама бас л “Гурвын дүрэм”-ийг ашигласан байна :

* Би, өвөг дээдсийнхээ хүсэж тэмүүлж байсан тэр л зорилгыг хадгалах үүрэгийг хүлээн, та бүхний итгэлийг өвөртлөн өнөөдөр энд зогсож байна.

* Ажилгүйтэл даамширч, орон гэргүйчүүд ихсэж, бизнесүүд дампуурч байна.

* Бидний эрүүл мэндийн даатгал хэтэрхий үнэтэй, бидний боловсрол муудаж, бидний өдрөөс өдөрт ихээр хэрэглэж байгаа эрчим хүч нь бидний амьдрах гаригийг хордуулсаар байна.

* Өнөөдөр бидний өмнө тулгаран байгаа энэ асуудлууд нь бол бодит, ноцтой бас дээр нь хэтэрхий томроод байна.

* Манай ажилчид хямралын эхэн үетэй харилцуулахад улам бага үйлдвэрлэж, бид улам багийг эрэрхийлж, манай бүтээгдэхүүн, нөхцөл урьд сар эсвэл урьд жилийнхээс бага шаардлага хангаж байна.

Жобсыг тоолж эхлэх болгонд, слайдэн дээр зөвхөн нэг л тэмдэг гарч ирдэг. Тоо (1,2,3, эсвэл 4). Наймдугаар үзэгдэлд бид Жобсын слайдуудыг илүү тодорхой авч үзнэ, тэгэхдээ та энэ мөчөөс эхлээд таны слайд таны хэлж ярьж буй зүйлтэй нягт холбоотой байх ёстой гэдгийг санаж авах хэрэгтэй. Слайдыг хэцүү, ярвигтай болгох ямар ч шаардлага байхгүй.

Жобс нь өөрийн илтгэлийг ерөнхийд нь 3 бүлэгт хуваагаад зогсохгүй, мөн түүнчлэн бүтээгдэхүүнийг шинж чанарыг ч бас гурваас дөрвөн бүлэгт хуваадаг байна. “iPod”-нд гурван гол онцлог бий. Нэгдүгээрт, тэр авч явахад авсаархан. 5ГБ багтаамжтай, мянган дуу таны халаасанд. Хоёрдугаарт, түүнд “Firewire”-ийн товчлуур байдаг. (энэ нь Firewire-ийн

тусламжтайгаар бүтэн CD-г ч гэсэн секундийн дотор л татаж авч болно, харин USB-ээр бол 5-аас 10 минут болно гэдгийг ярих үедээ тайлбарлана.). Гуравдугаарт, тэр маш сайн цэнэгтэй. Нэг удаа цэнэглэхэд маш удаан ажиллаж чадна. (“iPod”-н дээр 10 цаг тасралтгүй тоглоом тоглож болно гэдгийг хэлээд байгаа юм.)”

Энэ бүлэг нь номын хамгийн урт бүлэг болохоос ч аргагүй. Яагаад гэвэл Жобс илтгэл болгон дээрээ “Гурвын дүрэм” дээр үндэслэсэн, ярианы чиглэлийг, газрын зургийг үзэгчдэд өгдөг. Түүнчлэн тэр слайд ашиглахгүй байсан ч гэсэн, гурвын дүрмийг хэрэглэдэг. Жобс Стэнфордийн оюутнуудын диплом гардуулах ёслол дээр ч гэсэн үг хэлэхэдээ, өөрийн яриаг 3 хуваасан билээ:

“Өнөөдөр би та бүхэнд өөрийн амьдралаас 3 түүхийг ярьж өгөхийг хүсэж байна” хэмээн тэр оюутнуудад ярьж эхлэсэн юм. Ингэж тэр сонсогчдод 3 түүхийг сонсох, чиглэлийг олгожээ.

Жимми Вигийн алдарт үг

1993 оны 3 сарын 4-нд коллежийн сагсан бөмбөгийн багийн дасгалжуулагч Жимми Вальвано (Жимми Ви) орчин үеийн спортын түүхэн дэх хамгийн сэтгэл хөдөлгөмөөр үгийн нэгийг хэлсэн юм. Вальвано 1983 онд “NCAA”-д Өмнөд Каролинагийн багыг шигшээ тоглолтонд авчирч байсан туршилагатай нэгэн ажээ. 10 жилийн дараа, хавдраас болж үхэхдээ, Вальвано нь “Артур Эша”-гын эр зориг, ба хүн чанар шагналаар шагнагдсан юм. Вальвано “Гурвын дүрмийг” хэрэглэж өөрийн илтгэлийн хамгийн хүрц санааг илэрхийлж байжээ:

“Бид өдөр болгон доорх гурван зүйлийг зайлиггүй хийх ёстой гэж бодож байна. Нэгдүгээрт - инээх. Та өдөр болгон инээж байх ёстой. Хоёрдугаарт – бодох. Та зарим цагаа юмыг эргэцүүлэн бодход зарцуулах ёстой. Мөн гуравдугаарт - өөрийн сэтгэл хөдлөлөө нулимс болгон хувирахыг зөвшөөрөх.

Аз жаргалын, эсвэл зовлон гунигийн нулимс байх нь чухал бишээ. Хэрвээ та нэг өдөрт инээж, бодож, уйлсан бол энэ нь таныг энэ өдөр хүн яаж амьдрах хэрэгтэй яг тэгээж амьдрасан гэсэн үг. Хавдар магадгүй миний биеийн хүчний чадварыг авсан байж болно. Тэгэхдээ миний ухамсарыг оролдож чадахгүй. Миний зүрхийг оролдож чадахгүй, миний зүрх сэтгэлийг ч мөн адил оролдож чадахгүй. Энэ гурван зүйл үргэлж надтай хамт байх болно. Та бүхэнд баярлалаа, бурхан та бүхнийг ивээг...

Та дээрх жишээн дээр, гурван хэсэгт хуваасан, ярианы чиглэлийг сонсогчиддоо өгөх техникийг богино ярилцлагад ч гэсэн мөн адил хэрэглэж байгааг харж болно.

Таны сонсогчдын тархи үргэлж ядарсан байх болно. Тийм учир өөрийн ярих зүйлийг бүлэгт хувааж тархинд ороход амар болгож өг.

Санамж:

* Та өөрийн сонсогчиддоо мэдээлэхийг хүсэж байгаа зүйлсийг тодорхой хэсэгт хуваан зохион байгуул.

* Энэ хэсгүүдээ дахин шинжилж гурван хэсэг болтол нь дахин зохион байгуулаарай. Энэ нь таны хэлэх үг эсвэл илтгэлийн тань чиглэл, аман газрын зураг болох болно.

* Гурван хэсэг болгоноо уран яруу баримт нотлогоо, жишээгээр баяжуул. Энэ нь хувийн түүх, болсон явдал, жишээ, адилтгал, зүйрлэл, мөн тодорхой нэгэн гэрч ч байж болно.

Эсрэг дүрийг танилцуул

Бүх уран сайханы кино, бүтээлд баатар нь муу санаатантай тулалддаг. Тэгвэл ийм арга барилыг ч гэсэн илтгэгч хүн илтгэлээ амжилттай болгохын тулд ашиглаж болох юм. Стив Жобс өөрийн илтгэлээ тавихдаа, шинэ бүтээгдэхүүнийг сурталчилахдаа үзэгчиддээ дайсанг танилцуулдаг (Жобсын илтгэлийн ‘дайсан’ гэдэг нь ихэнхидээ түүний өрсөлдөгч, аль эсвэл шийдвэр хэрэгтэй байгаа асуудлууд байдаг). 1984 онд “Big Blue” түүний “дайсан” байв. Big Blue гэдэг нь тухайн үеийн компьютерийн салбарыг гартаа авсан байсан компани болох IBM юм.

Apple телевизийн зар сурталчилгааны түүхэндэх хамгийн үр дүртэй, амжилттай рекламуудыг хийдэг билээ. Яг үүн дээр л бид анх удаагаа, Жобсын бизнес-харилцаан дах гол хэрэгсэл болсон, эсрэг дүр, муу санаатануудын үзэгдлийг харах болно. 1984 онд “Macintosh”-ын анхны телевизийн зар сурталчилгааг дэлхийд танилцуулсан юм. Түүнийг, Америк хөлбөмбөгийн шигшээ тоглолтын үеэр ердөө 1 л удаа харуулсан ч, тухайн үед стадионд тоглолт үзэж байсан үзэгчид Лос-Анжелес Райдерс нь Вашингтоны Редскинсийг хожсон гэдгийг биш, харин “Apple”-н анхны сурталчилгаа ‘1984’-ийг санадаг гэхээр энэ нь ямар хүчтэй, ямар амжилттай сурталчилгаа болсон гэдэг нь ойлгогдох байх.

Ридли Скотт нь, “Apple 1984” рекламны найруулагч. Энэхүү сурталчилгаа нь Жорж Оруэллын “1984” романаас үндэслэн хийгдсэн ба 1984 оны, яг дарангуйлах захирах дэглэмийн оргил үеийг дүрслэсэн байдаг. Сурталчилгаа нь номны агуулгатай бүрэн дүйцдэг бөгөөд эзлэгдсэн, эрх чөлөөгүй нэгэн жигд саарал дүрэмт хувцас өмссөн хоригдлууд төгсгөлгүй мэт урт хонгилоор нэгэн зэрэг алхах аж. Үсгүй толгой, жавхлангүй харц, нэг хэмд бүрэн захирагдах нь, тэднийг мутанттай төстэй харагдуулна. Ямар ч чимээ гаргалгүй урт сандал дээр сууцгааж, маш том дэлгэцэн дээр цацагдаж буй “Том ах”-ын үгийг анхааралтай сонсох аж. Энэ үеэр гэнэт зааланд тод биеийн тамирын хувцастай гартаа лантуу барьсан хүүхэн цагдаа нарын хамгаалалтыг нэвглэн орж ирээд, гараа савлан, дэлгэц рүү шидэх ажээ. Хагарсан дэлгэцнээс үзэгчид рүү маш хурц гэрэл тусахад дүрсний цаанаас дэлгэцэн дээр гарч ирж байгаа үгийг давтаж байгаа хоолой хаа нэгтээгээс сонсогдоно: 1 сарын 24, “Apple Computers” нь танд “Macintosh”-ыг танилцуулж байна. Бид 1984 оныг нэгэн хэвийн уйтгарт амьдралаас аврах болно” гэх ажээ.

“Apple”-ийн захиралийн зөвлөлийнхэн энэ зар сурталчилгааг санал нэгтгэйгээр эсэргүүцэж байсан ба, маш дурамжхан түүний нээлт дээр очиж байжээ. Гэвч Жобс үүнийг дэмжсэн, яагаад гэвэл тэр, эсрэг дүр ба муу санаатны эртний түүхийн бүтэц нь үзэгч, сонсогчдод хүчтэй сэтгэл хөдлөлийг бий болгодог гэдгийг ойлгож байсан юм. 1984 оны түүхэн рекламаар “IBM”-г муу санаатны дүрээр анх гаргаж ирсэн юм. Тэр үед “IBM” компьютер үйлдвэрлэгч нь, “Apple II”-ын гэрийн компьютертэй өрсөлдөж “Apple”-ийг бут цохихоор өрсөлдөж байжээ.

Асуудал+шийдвэр=Жобсын бүтээл

Өрсөлдөгчдийн танилцуулга нь үзэгчдийг гол баатарын эргэн тойронд цуглуулдаг. Жобс өөрийн хамгийн гайхалтай илтгэлээ яг энэ уламжлалт санааг тойруулан бүтээдэг юм. Жишээ нь, түүний хамгийн ялгуусан илтэлүүдийн нэг болох 2007 оны Macworld дээрх iPhone-н танилцуулга юм. Жобс, яагад “iPhone” цаг үе нь ирсэн бүтээгдэхүүн болохыг тайлбарлахад 3 минут л зарцуулсан. “iPhone”-ий энэ илтгэлд “Муу санаатан”-ы дүрд зах зээлд байгаа бүх смартфонуд орсон ба, Жобсын танилцуулсанаар, зах зээлд буй “ухаалаг” утаснууд нь тийм ч “ухаантай” биш гэнэ. Доорх хүснэгтийн зүүн талд Жобсын илтгэлээс ишлэл оруулсан ба баруун талд нь үгийг хэлэх үед слайдэн дээр юу харагдаж байсаныг тайлбарлан бичлээ. Яаж слайд нь, илтгэгчийн үгийг илэрхийлж байгааг харна уу.

Жобсын үг	Слайд
Хамгийн дэвшилтэт утаснуудыг ‘смартфон’ гэж нэрлэдэг	Смартфон (ухаалаг утас)
Ихэвчлэн тэд утсаар ярих, шуудан бичилцэх, интернетэд холбогдоход ашигладаг	Смартфон Гар утас+e-mail+Интернет
Асуудлын гол нь тэд тийм ч “смарт” (ухаантай) биш гэдэгт байгаа юм, мөн тэднийг хэрэглэхэд энгийн биш, бөгөөд маш хэцүү бүтэцтэй. Бид, одоо болтол зах зээл дээр байгаа утаснуудаас хүний хэрэгцээг бүрэн хангах, хамаагүй хялбар, жинхэнэ утгаараа ухаантай утсыг хайгаад олохгүй байгаа шүү дээ.	Смартфон Тийм ч ‘смарт’ (ухаантай) биш. Хэрэглэхэд хэцүү
Тийм учраас бид гар утас бүтээхээр шийдсэн юм. Бид хэрэглэгчдийн харилцаа холбооны салбарт хувьсгалыг авчрах болно.	Хувьсгал
Энэ нь олон жилийн судалгаа шинжилгээ ба ажлын үр дүн юм	Хэрэглэгчийн харилцаа холболтын хувьсгал. Судалгаа ба үр дүн
Бид яагаад шинэ, хувьсгал хийх гар утас бүтээхээр болсон бэ? Эдгээр 4 смартфонд жишээ аван тайлбарля: Motorola Q, BlackBerry, PalmTreo, Nokia E62”	Эдгээр утаснуудын зурагнууд
Эдгээр хамгийн гол нь ямар асуудал байна вэ? Асуудал нь эдгээр утаснууд нь хэт жоохон дэлгэцтэй учир бүгдийг жижиг болгодог. Дэлгэцийн талыг нь товчлуур эзэлдэг. Товчлуур - энэ нь бидэнд хэрэгтэй юу үгүй юу? Тэгэхээр юу хийх вэ?”	Энэ зурагнуудын дээд хэсгийг дарж, доод товчлуурын хэсгийг үлдээнэ.
Бидний хийхээр завдаж буй зүйл бол эдгээр товчлууруудыг бүр мөсөн үгүй хийх, маш том дэлгэцтэй болгох.	“iPhone” зураг
Харин яаж бид энэ төхөөрөмжийг удирдах вэ? Хаа сайгүй хулгана (mouse) барьж явах үү? Үгүй ээ, баярлалаа. (Үзэгчийн зүгээс мэдрэгчтэй үзэг гэж хэлнэ) Үгүй ээ, баярлалаа! Үзгийг хэн л хүсэх вэ дээ? Түүнийг чинь байнга гаргаж ирнэ, мөн буцааж хоногонд нь хийнэ, алга болгохгүйн тулд байнга хянана. Алга болгохгүйг хичээх боловч эцсийн дүнд алга болгочихсон л байдаг.	“iPhone”-ын зурагны цуглуулга, хажууд нь: “үзэг хэрэглэхийг хүснэ гэж үү?” гэсэн бичиг гарч ирнэ
Дэлгэц мэдрэдэг үзэгнээс ч гэсэн бид татгалзаж байна. Бидний хайж буй дэлхий дээрх хамгийн сайн төхөөрөмж чинь бидэнтэй цуг төрдөг юм. Бид бүгд шууд 10 ийм төхөөрөмжтэйгөөр төрж байна! Энэ юу вэ? Энэ бол бидний хуруу	Үзэгний зураг алга болж, “iPhone”-ын хажууд хуруу гарч ирнэ
Бид ‘multi-touch’ хэмээх шинэ технологи бүтээсэн	Дүрслэсэн хуруу алга болж, оронд нь <multi-touch> гэж бичиг гарч ирнэ

Энэ үнэхээр гайхалтай. Танд үзэг хэрэггүй. Шинэ төхөөрөмж нь одоог хүртэл үйлдвэрлэж байгаа ямар ч мэдрэгчтэй дэлгэцнээс илүү сайн ажиллана. Тэр дэндүү ухаантай. Та, түүн дээр нэгэн зэрэг хэд хэдэн хуруугаараа хүрсэн ч, удирдаж чадна, тэгээд ч бид түүнийг патентлан авсан!?

Баруун дээд буланд: “ид шидтэй адилхан”, “ямар ч үзэг хэрэггүй”, “илүү ойлгомжтой”, “хэд хэдэн хурууны мэдрэлтийг ойлгодог”, “патентлагдсан” гэсэн үгнүүд гарч ирнэ

Та Жобс нь хэрхэн асуудлыг үзэгчдэд танилцуулж байгааг анзаарав уу? “Бидэнд яагаад гар утсаны ертөнцөд хувьсгалыг бүтээгдэхүүн хэрэгтэй гэж?” энэ асуудлыг тэр шийдэлийг ярьж эхлэхээс өмнө танилцуулсан юм. Тэр товчлуурыг мэдрэмжтэй дэлгэцээр солих ойлголтыг танилцуулж эхлэхээсээ өмнө ч гэсэн товчлууртай холбоотой асуудлыг танилцуулж, харин дараа нь: “Яаж бид энэ бүгдийг удирдах вэ?” хэмээн шийдэлийг дэлгэж эхэлсэн байна. Түүнд аль хэдийнэ бэлэн хариулт нь байв: “Бид дэлхий дээрх хамгийн сайн заах төхөөрөмжийг ашиглах гэж байна. Бидний хуруунууд” хэмээн хэлсэн юм.

Яг үнэн хэрэгтээ, хэрэглэгчдэд таны бүтээгдэхүүн, “Apple” уу, “Microsoft”-ийнх уу, аль эсвэл өөр ямар нэгэн компанийх байна уу, тийм ч сонин биш. Хэрэглэгчдэд, хүмүүст хамаатай, тэднийг бараа сонгоход гол нөлөө үзүүлдэг цорын ганц зүйл нь “энэ бараа амьдралд ямар хэрэгтэй вэ? гэдэг асуудал. Тэднийг энэ асуудлын шийдвэр л санааг нь зовоодог. Яг хүснэгт дээрх жишээтэй адил, Жобс нь, тэдний мэдэрдэг асуудлуудыг тайлбарлаж, эдгээр асуудлуудын шийдэлийг санал болгодог байна. (Үзэгдэл 7 дээр илүү тодорхой мэдэх болно)

“Apple”- шашин

Маркетингийн номлогч Мартин Линдсромын “Buyology” номондоо “Apple”-ийн бусдад түгээж байгаа илгээмж, санааг хамгийн их тархсан шашины санаа, номлолтой харьцуулсан байдаг. Энэ хоёрт хоёуланд нь нэг ижил тал байдаг ажээ. Хоёулаа тодорхой дайсанд хандсан байдаг байна.

Удаан хугацаанд оршин тогтнодог компани, шашин, Apple шиг брэндүүдийн ерөнхий онцлог шинж чанаруудыг судлахад олон жил зарцуулсан Линдсромын хувьд эдгээр бүх том бренд, хэдэн мянган жилийн түүхтэй шашин, компаниудын дунд ерөнхий нэгэн төс байжээ Энэ бол дайснуудаа ялах. “Тодорхой, бүгдэд ил дайсантай байна гэдэг нь тэдэнд зоригийг, зорилгийг бий болгодог ба тэднийг дагагчдад итгэх, нэгтгэх боломжийг олгодог. “Бид тэдний эсрэг” гэсэн санаа нь мухар сүсэгтэний сонирхолыг татаж, маргааныг өдөөх, итгэл үнэмшил бий болгож, мөн тэднийг бодож, баталж, мөн мэдээж худалдаж авахад хүргэдэг байна”.

Намайг хазах болов уу?

Шинэ санааг задлахаас өмнө өрсөлдөгчдийг илрүүлж, танилцуулах нь сонсогчдод итгэл, үнэмшил төрүүлэхэд чухал. Яагаад гэвэл бидний тархинд, шинэ санаа суурилах орон зай хэрэгтэй байдаг болохоор тэр, харин үзэн ядалтын, өрсөлдөөний дүнд бий болсон орон зайд суурилах санаа нь хамгаас бат бөх суурьтай байдаг. Бидний тархи эхний ээлжинд бодлыг шаарддаг, харин дараа нь бусад жижиг хэсгүүдийг. Биологийн салбарын мэргэжилтэн Жон Мединагийн баталсанчилан бидний тархи нь том зургийг боловсруулахад зориулагдсан гэнэ. Жишээ нь, хурц шүдтэй барыг харахаараа, ямар ч хүн, хамгийн түрүүнд “Тэр намайг хазах болов уу?” гэж бодон, тархиндаа илүү том зургийг бүтээдэг болохоос харин “хэдэн хурц шүд түүнд байгаа?” бол гэдгийг огтхон ч сонирхдоггүй байна

Харин өрсөлдөгчид, эсрэг дүр нь үзэгчдэд, сонсогчдод яг дээрх бартай жишээтэй адилхан, том дүр зургийг өгдөг байна. “Жижиг хэсгүүдээс битгий эхэл. Гол санаануудаас эхэл, харин дараа нь гол тодорхойлолтыг тойроод жижиг хэсгүүдийг байрлуул” гэж Медина “Тархины дүрэм” (<Brain Rules>) номодоо бичсэн байдаг. Та өөрийн итгэлээ ч гэсэн жижиг хэсгүүдээр илтгэл тань дүүрэхээс өмнө, эхлээд асуудлуудаас бүтсэн том зураглалаас эхлэх хэрэгтэй.

“Apple” 2003 оны “Macworld”-н үеэр “Safari” броузерийг (интернет хөтөч) танилцуулсан юм. “Safari” нь, “Microsoft”-ийн “Internet Explorer”-тэй өрсөлдөхөөр гарч ирж буй броузеруудын нэг аж. Жобс ч, энэ илтгэл дээрээ асуудлыг үзэгчдэд мөн адил тайлбарласан бөгөөд, өрсөлдөгчдөө танилцуулж, маш сонирхолтой асуулт тавьсан юм. “Яагаад бидэнд, бидний өөрсдийн, тусгай броузер хэрэгтэй гэж?”. Шинэ функцийг танилцуулахаас өмнө, өөрөөр хэлбэл жижиг хэсгүүдийг сонирхуулахаас өмнө, түүнд шинэ бүтээгдэхүүнийг яагаад хийсэн талаарх өөрийн шалтгааныг тайлбарлах хэрэгтэй байжээ.

Жобсын үзэгчдэд хэлсэнчлэн “Internet Explorer” болон “Netscape” гэх мэт хамгийн их тархсан броузерүүдэд 2 сул тал байдаг ба тодруубал энэ нь хурд болон шинэчлэлт. Хурдны талаар Жобс, “Safari” нь Mac дээр “Internet Explorer”-ийг бодвол 3 дахин илүү хурдан уншиж чадна гэдгийг хэлэв. Харин шинэчлэлийн талаар бол Жобс, хүссэн зүйлээ хадгалж үлдээхэд зориулсан зохион байгуулалтай тэмдэглэл (Bookmark) мөн хурдан хайлтанд зориулсан жагсаалт байдаггүй гэдэгийг тэмдэглэн хэлсэн юм. “Бидний судалгаагаар хүмүүс бараг л “bookmark”-ийг хэрэглэдэггүй гэж гарч ирсэн. Учир нь тэд одоо болтол түүнийг хэрхэн ашигладагаа сайн ойлгодоггүй, маш хэцүү хийцтэй” хэмээн Жобс хэлээд, харин “Safari” нь энэ асуудлуудыг, гол цонхон дээр “Google”-ийн хайлтын жижиг цонх байрлуулсанаар шийдэж, мөн өөр хуудас руу шилжихэд зориулагдсан тусгай ашиглахад амар хэрэгслийг нүүр хуудсан дээр байрлуулсанаар шийдсэн хэмээн хэлжээ.

Өрсөлдөгчийг, эсрэг дүрийг үзэгчдэд танилцуулахад ердөө нэг л энгийн өгүүлбэр хангалттай: “Энэ яагаад танд хэрэгтэй гэж?”. Энэ цорын ганц асуулт нь Жобст тухайн салбарыг (броузер, үйлдлийн систем, дижитал хөгжим) эзэмшигчдийн сул талыг олоход, харин өөрийн бүтээгдэхүүнд түүнийг шийдэх шийдвэрийг олоход тусалдаг байна.

Хамгийн үнэтэй илтгэл

9 сард маш олон бизнес эхэлж буй залуу бизнесменүүд нь бизнесээ танилцуулж, хөрөнгө оруулагч хайхаар Сан-Франциско дахь “Tech Crush” болон Сан-Диего Demo нарт өөрсдийн бизнесийг танилцуулж илтгэл тавьдаг байна. Энэ хурлууд дээр илтгэл тавина гэдэг нь залуу бизнес эрхлэгчдэд бол ирээдүйн амжилтыг нь тодорхойлж өгдөг гэсэн үг юм. “TechCrunch”-ын зохион байгуулагчид 8 минут нь ямар ч бизнес эрхлэгчдэд өөрсдийн санаагаа тайлбарлахад хангалттай

хугацаа гэж үздэг. Хэрэв өөрийн санаагаа 8 минутын дотор тайлбарлаж чадахгүй бол, та тэр санаагаа хаях хэрэгтэй. Харин “Demo”-ын зохион байгуулагчид нь бүр 6 минут буюу түүнээс бага хугацааг илтгэгчдэд олгодог байна. “Demo”-гийн илтгэлийн өртөг нийтдээ “18,500” доллар ба энэ нь нэг минутанд 3000 доллар болж байгаа юм. Хэрвээ танд өөрийн шинэ санаагаа, бизнесээ танилцуулахын тулд минутанд 3000 доллар төлөх хэрэгтэй бол, та илтгэлээ хэрхэн тавих ёстой вэ?

Энэ арга хэмжээнд оролцож байдаг хөрөнгө оруулагчид нь ихэнх байгууллагууд сонирхол татам түүх зохиох чадваргүй, гэсэн ерөнхий дүгнэлтэнд хүрчээ. Тэд, өөрсдийн шийдэх ёстой асуудлуудыг тайлбарлахгүйгээр, шууд л өөрийн бүтээгдэхүүний техникийн талаарх зүйлүүдийг ярьж эхлэдэг байна. Нэг хөрөнгө оруулагч надад: “Та өөрийн мэдээллийг надад ойлгуулахын тулд, миний тархинд түүнийг багтаах шинэ зай гаргах хэрэгтэй. Байгууллагууд, хэрэглэгчийн тулгардаг бэрхшээлийг ил гарган, шийдэлийг гаргаж ирж тайлбарлахгүй бол шууд л сонирхолгүй болдог. Кофег биш, харин эхлээд кофег аягалах аягыг сонсогчдын тархинд нь бий болгохгүй бол ямар ч илтгэгч сонсогчоо бишрүүлж чадахгүй” хэмээн зөвлөсөн юм. Таны сонсогчдийн тархинд шинэ мэдээлэл хүлээж авах зай маш бага байдаг ба энэ нь 10Мб-н сул зай үлдсэн флешанд 1Гб-н хэмжээтэй юм хуулах гэж байгаатай адилхан юм. Энэ зүгээр л хэт их.

2008 онд DEMO дээр “TravelMuse” гэдэг компани маш амжилттай илтгэл тавьж хөрөнгө оруулагчдыг татаж чадсан билээ. Энэ компанийг үүсгэн байгуулагч Кевин Флейсс итгэлээ: “Аялал бол - онлайн худалдааны том, хамгийн боловсронгуй болсон салбар. Зөвхөн АНУ-д л гэхэд аялалын салбар жилд 90 тэрбум долларын ашгийг өгч байдаг. Бид бүгд интернетээр яаж аялалын билет захиалахыг мэддэг ч билет нь энэ бүх асуудлын ердөө 5 хувийг л бүрдүүлдэг юм. (Асуудлуудыг танилцуулж эхэллээ). Харин захиалга хийх шийдвэр гаргасан хүмүүсийн 95 хувь нь хаашаа явах, юу үзэх талаар шийдээгүй байдаг юм. Тэгвэл “TravelMuse”-д бид, бүгдийг нэг газар нэгтгэсэн, хамгийн энгийнээс хамгийн тансаг гээд бүх хүнд зориулсан аялалын төлөвлөгөө, багцыг санал болгодог. (Шийдвэрийг санал болгож байна) Шийдвэрийн тухай ярьж эхлэхээс өмнө Флейсс нь шийдвэрийг суулгаж өгөх “аягыг” бусад аялалын компани шийдэж чадаагүй асуудлыг танилцуулсанаар бүтээсэн байгаа юм.

Өөрт нь тохиолдоод байгаа асуудлуудын шийдвэрийг олоогүй зүйлүүд хүмүүсийн сонирхолыг татдаггүй. Зөвхөн асуудал ба шийдвэр нь тодорхой байгаа үед л хэрэглэгчид болон хөрөнгө оруулагчдад анхаарлаа хандуулж, цаашид таны бараа бүтээгдэхүүнийг арай гүнзгий сонирхож эхэлдэг байна. Илтгэл дээр сонсогчид ч гэсэн мөн адил.

Хамгийн богино илтгэл

‘Асуудал’-ыг танилцуулахад тийм ч их цаг зарцуулах хэрэггүй. Жобс ихэвчлэн өрсөлдөгчид болон эсрэг дүрийг тодорхойлоход хэдхэн л минутыг зарцуулдаг. Үүнийг ер нь 30 секундэд ч хийсэн болно. Зүгээр л доорхи 4 асуултанд бүрэн хариулж чадсан байхад хангалттай :

1. Та юу хийж байна вэ?
2. Та ямар асуудлыг шийдэж байна вэ?
3. Та бусдаасаа юугаараа ялгарч байна вэ?
4. Энэ нь таны сонсогчдод ямар хамаатай гэж?

“Language Line” компанийн захирлуудтай ажиллаж байх үед, бид 4 асуултын хариуг агуулсан “хамгийн богино илтгэл”-ийг боловруулсан юм. Энэ 4 асуултын тусламжтайгаар бид өөрсдийн компаний тухай 30 секундэд л багтаагаад ярьж болно. “LanguageLine - англи хэл мэддэггүй хэрэглэгчидтэй харилцахыг хүссэн компаниудад, утасны шууд орчуулга явуулдаг үйлчилгээтэй, дэлхийн хамгийн том компани юм. (Энэ компани юу хийдэг вэ? гэдэг асуултанд хариулсан байна). 25 секунд тутамд АНУ-д нэг англи хэлээр ярьдаггүй хүн ирж байна. (Асуудлыг танилцуулж байна) Тэгвэл тэдэнд тус болох үүднээс “LanguageLine” тэднийг эмнэлэг, банк, даатгалын компани, эсвэл 911 руу залгах үед “LanguageLine”-ын орчуулагч нартай шууд холбодог. (Та бусдаасаа юугаараа ялгардаг вэ? гэсэн асуултанд хариулж байна) Бид танд 150 орны хэл дээр өөрсдийн үйлчүүлэгчид, өвчтөнгүүд, эсвэл ашигтай хэрэглэгчидтэй харилцахад тань тусална (Энэ нь таньд ямар хамаатай вэ? гэдэг асуултанд хариулж байна).”

Өрсөлдөгчид нь илтгэлд ашиглахад хамгийн тохиромжтой

Стив Жобс болон АНУ-ийн дэд ерөнхийлөгч асан, экологийн мэргэжилтэн, Аль Гор нарт гурван төстэй онцлог шинж чанар байдаг. Тэдгээрийг дурьдвал: хоёулаа хүрээлэн буй орчинг хамгаалдаг, хоёулаа “Apple”-д хайртай (Аль Гор нь “Apple”-ийн захирлуудын зөвлөлийн гишүүн) мөн хоёулаа гайхалтай илтгэгч нар юм.

Маш олон шагнал хүртсэн Аль Горын “Гашуун үнэн” баримтат кино нь “Apple”-ийн илтгэлийн хэв маягаар бүтээгдсэн байдаг. Гор сонсогчиддоо, яагаад тэд нар сонсох ёстой шалтгааныг тайлбарлахдаа, эсэргүүцэж болохооргүй асуудлуудыг тэмдэглэн хэлжээ. (шүүмжлэлүүд нь өөр шийдвэрүүдийг санал болгож болох боловч, яагаад ч одоо тохиолдоод байгаа бэрхшээлүүдийг эсэргүүцэж чадахгүй).

Гор өөрийн илтгэлээ өөрийн гэсэн нотолгоонууд дээр үндэслэсэн өөрийн түүхээс эхэлдэг байна. Сансарын хөлөг дээрээс өөр өөр цагт авсан, дэлхийн саарал өнгийн зурагны тусламжтайгаар, тэр зөвхөн үзэгчдийг манай дэлхийн гоо сайханыг үнэлэхийг шаардаад зогсохгүй, мөн түүнчлэн бэрхшээлүүдийг ч танилцуулдаг байна. Гор “Дэлхийн мандалт” хэмээх алдартай зургаас эхэлсэн бөгөөд эхний харуулсан дэлхийн зургыг Саран дээрээс авч байжээ. Дараа нь дэлхий дахины дулаарлыг харуулсан илүү орчин үеийн цуврал зургуудыг харуулав. Мөсөн малгайнуудын (мөсөн уул) хайлалт, эргийн шугамын буцалт. “Энэ мөс танд түүхийг ярьж чадах л байсан” гэж тэр ярьдаг. Үүний дараа Гор “чулуужсан түлшний шаталт” хэмээн гол буруутнуудыг нэрлэж эхэлнэ (нүүрс, газ, ба нефт гэх мэт.), одоо явуулж байгаа үйл ажиллагаанууд нь дэлхийн агаар мандал дах нүүрстөрөгчийн байх ёстой тоо хэмжээг нэмэгдүүлж, дэхий дахиныг дулааруулж байгаа гэдгийг тайлбарлана даа.

Горын баримтат киноны хамгийн мартагдахааргүй нэг үзэгдэл нь, нүүрстөрөгчийн түвшин ба сүүлийн 6 жилийн дундаж температурыг 2 шугамаар (улаан ба цэнхэр) үзүүлж, бэрхшээлийг тайлбарсан хэсэг юм. “Нүүрстөрөгчийн хэмжээ хэр их байна, тэр хэмжээгээр нь температур өндөр байна”. Түүний дараа график хамгийн өндөр цэгрүү авирч байгаа слайд гарч ирсэн юм. (дэлхийн түүхэнд агаар мандал дах нүүрстөрөгчийн агууламж хамгийн өндөр түвшин) энэ бол бидний үе. “Тэгэхээр би нэг зүйлийг илүү тодруулахыг хүсэж байна” хэмээн Гор хэлэнгээ цахилгаан шат руу гарсан бөгөөд, тэр товчлүүр дараад ойролцоогоор 2 метрт өргөгджээ. Тэгээд тэр одоогийн нүүрстөрөгчийг түвшинг дүрсэлж буй графиктай адил түвшинд очсон байна (тайзан дээрх слайд нь маш том хэмжээтэй байсан юм). Автоматаар өргөгдөх шатаар маш удаан өргөгдсөн бөгөөд энэ нь үзэгчдийн бага зэрэг инээдийг хүргэсэн юм. Энэ магадгүй инээдтэй боловч, яг тэр цаг мөчид бүх зүйл нүдэнд ил тод болсон билээ. “15-аас бага жилийн хугацаанд бид энэ түвшинд ирсэн ба хамгийн гол нь бид эсрэг арга хэмжээ огт авахгүй байна. Одоогийн бага насны хүүхдүүд миний насан дээр ирэхэд, бид энд ирсэн байх болно”. Гор эдгээр үгнүүдийг хэлээд товчлуурыг дарж, тэр 10 секунд орчим дахиад дээшээ өргөгдөв. Дахин хэдэн метр өргөгдсөний дараа, Гор сонсогчид руугаа эргэн харж, “энэ бол графикийн хязгаар. Яг энд бид 50 жилийн дараа байж байх болно” гэж хэлжээ. Энэ нь инээдтэй ч гэмээр, мартагдахааргүй мөн сонсогчдод хүчтэй нөлөөлөл үзүүлсэн юм. Гор бодит байдал, график, статистикийг холбон, тэднийг бидний амьдралын хэсэг болгосон байна.

Гор нь Стив Жобсын илтгэлийн ихэнхи арга барилуудаас ашигладаг. Яг Жобстой ижил,

тэрээр дайсан эсвэл өрсөлдөгчдийг танилцуулдаг байна. Стив ба Горын хэн хэн нь үзэгчдийг ерөнхий зорилгыг тойруулан нэгтгэнгээ, аль болох эрт өрсөлдөгчдөө танилцуулдаг. Жобсын илтгэл дээр эсрэг дүрийг танилцуулсаны дараа, хөшиг нээгдэн, тайзан дээр бид бүгдийг аврах гол баатарыг танилцуулах цаг нь ирдэг билээ.

Санамж

* Өөрийн илтгэл дээрээ өрсөлдөгчдийг, эсрэг дүрийг аль болох эрт танилцуулаарай. Асуудлын шийдэлийг ярьж эхлэхээсээ өмнө, дандаа асуудлуудыг дэлгэж тавих шаардлагатай. “Энэ надад ямар хэрэгтэй вэ?” гэж асуун, асуудлыг олж, түүнд тохирсон шийдэлийг танилцуулаарай.

* Асуудлуудыг тодорхойлоход бага зэрэг цаг зарцуул. Мөн тэднийгээ хоорондоо холбоотой байхаар гүйцэтгэж хий. Тэгээд дахин асуудлыг сануулж, үзэгчдийг таагүй байдал мэдрэхэд хүргэ.

* “Хамгийн богино илтгэл”-ийн 4 асуултанд яг таг хариулсан тодорхой илтгэлийг бүтээ. Хоёрдох асуултан дээр илүү их анхаарал хандуулаарай: “Та ямар бэрхшээлийг шийдэж байгаа вэ?” Мөн таны бүтээгдэхүүн хэний ч санааг зовоодоггүй гэдгийг сана. Хүмүүсийг тэдний өөрсдийн асуудал л санааг нь зовоодог. Тийм учир хэрэглэгчдийн санааг зовоож буй асуудлын шийдэлийг бий болго, танилцуул, ойлгуул.

Баатарыг танилцуулах мөч

“Microsoft”-ын цорын ганц дутагдал бол тэдэнд ямар ч мэдрэмж байдаггүй. Энэ нь жижиг асуудал биш, энэ нь гамшигт хүргэж болох том асуудал юм.

-Стив Жобс-

Стив Жобс - эсрэг талын дүрийг бүтээхдээ мэргэжлийн, тэд нь муу байх тусам түүнд болон түүний шинэ бүтээгдэхүүнд илүү сайн. Жобс бодит өрсөлдөгчдийг танилцуулсныхаа дараа (жишээ нь, бүтээгдэхүүний техникийн хязгаарлалт) тэр, таны амьдралыг илүү хөнгөн бас ая тухтай болгох шийдэврүүдийг тайлбарлана, энэ бол эсрэг дүрээс хэрэглэгчдийг хамгаалах гол “баатар” юм. Өөрөөр хэлбэл, “Apple”-ын бүтээгдэхүүнүүд, үүсч байгаа нөхцөл байдлыг авархын тулд яг цагтаа ирдэг гэсэн үг юм. 1984 оны рекламанд дээр эсрэг дүрээр IBM тоглосон. Жобс хамгийн анх энэ рекламыг “Apple”-ын худалдагчдад 1983 оны сүүлээр харуулж байжээ.

Рекламыг үзүүлэхийн өмнө Жобс, дэлхийг эрхэндээ оруулсан “Big Blue”-г тодорхойлж, үзэгчдэд танилцуулсан юм. (Тухайн үед IBM нь Big Blue гэдгээр алдартай байсан юм. Энэ нь Жорж Орвеллийн 1984-ийн Big Brother-тэй утга нэг). Жобс нь түүнийг үзэгчдэд Ганибал Лектер-ээс илүү “аймшигт” дүрээр харуулсан юм:

“1958 он. IBM, “хувилагч машин (xerography)” гэдэг нэртэй шинэ технологийг бүтээсэн, залуу компанийг худалдан авах боломжоо алдсан юм. Харин хоёрхон жилийн дараа Xerox гарч ирсэн ба “IBM” одоо болтол энэ компанийг тухайн үед худалдаж аваагүйдээ харамссан байдаг. 10 жил өнгөрсний дараа 60-аад оны сүүлээр, Digital Equipmen Corporation (DEC) компани бусад компаниудтай нийлж мини-компьютер бүтээе гэхэд нь “IBM” үүнийг тийм ч чухал асуудал биш хэмээн үзэж, хамтарч бүтээхээс татгалзаж байжээ. DEC компьютер бүтээж, тэрбумын ашиг олж эхлэх тэр үед “IBM” мини-компьютерийн зах зээлд орж ирсэн байна. Дахиад 10 жил өнгөрөхөд буюу 1977 онд “Apple” хэмээх залуу компани анхны суурин компьютер “Apple” II-г бүтээв (ингээж тэр “баатар”-ыг танилцуулж эхэлж байна). 80-аад оны эхэн үе. 1981 онд “Apple” II дэлхий дээрх хамгийн алдартай компьютер болсон ба “Apple” компани 300 сая долларын үнэд хүрж, америкийн түүхэн дэх хамгийн хурдацтай өсөн дэвжсэн компани болсон юм. Зах зээлд эзлэх хувийн төлөө тэмцэлдэж байгаа 50 аас илүү өрсөлдөгчидтэй болсон “IBM” тэднийг замаасаа зайлуулахаар 1981 оны 11 сард суурин компьютерийн зах зээл дээр IBM PC-г худалдаанд гаргалаа. 1983 онд “Apple” ба “IBM” нар нь тус бүр салбартаа тэрбум долларын суурин компьютерыг зарсанаар, хамгийн хүчтэй өрсөлдөгчид болж чадсан юм. Өрсөлдөөнд тэсч гарч чадаагүй компаниудын дампууралт ид дундаа байхад том хэмжээний компьютерийн компаниудын дампуурлууд эхэлсэн ба бусад нь түүний давалгаанд өртөж байсан үе юм. Дампуурлын шуургыг амжилттай эхлүүлсэн “IBM” зах зээлийг бүхлээр нь залгихаар улам шунах болов. (“баатар” тулалдаанд бэлтгэж байна). Гэхдээ тэднийг зогсоох ганцхан найдвар үлдсэн нь “Apple” байлаа.

Үзэгчид ч үнэхээр нижгэр алга ташилтаар энэ яриаг мялааж, Жобс ч өөрийн бараг анхны “шоу”-гаа тайзны өмнө тоглосон юм. Жобс, Жеймс Бондын дүрд үнэхээр сайн тоглосон, яг л

муу, хорон санаатан (IBM) дэлхийг эзлэх гэж байхад Жеймс Бонд буюу баатар (“Apple”) тайзан дээр гарч ирээд ялж байгаа мэт.

Баатарын үүрэг

Стив Жобсын илтгэлд баатрын гол үүрэг нь заавал ч үгүй эсрэг талын дүрийг доош нь хийх биш юм. Түүний хамгийн чухал үүрэг бол бидний амьдарч буй дэлхийг илүү сайхан болгох явдал. 2001 оны 10 сарын 23-ны “iPod”-ын нээлт үүний маш нарийн боловч чухал ялгааг харуулсан илтгэл болсон.

Одоо, бидэнд яг л мангас шиг санагдаж байгаа зөөврийн CD тоглуулагчаар дуу сонсдог байсан тэр үед хөгжмийн үйлвэрлэл ямар байсныг эргээд санацгаая. Маш бага тооны л цахим тоглуулагч байсан бөгөөд тэд нь овор хэмжээ ихтэй, эсвэл маш цөөхөн л дуу багтаах багтаажтай байсан. Харин зарим нэг 2.5 дюймийн хатуу дисктэй нь бараг л хагас килограмм жинтэй, мөн тэгээд ч файл дамжуулахад асуудалтай байдаг байсан, түүнчлэн тэднийг бараг л хэрэгцээгүй хог мэт болгож байсан зүйл бол зайны ажиллах хугацаа.

Ингэж дутагдал, асуудал, шийдвэрлэхэд хэрэгтэй байгаа асуудлуудыг харуулсаны дараа, Жобс “баатар”-ыг танилцуулсан юм.

“Яагаад хөгжим гэж?” хэмээн Жобс асуусан бөгөөд үргэлжлүүдээд “Яагаад гэвэл бид хөгжимд хайртай. Өөртөө таалагддаг зүйлээ хийх нь дандаа сайхан байдаг. Тийм ээ, хөгжим бол бидний амьдралын нэгээхэн хэсэг. Мөн хөгжмийн зах зээл нь дэлхий дахины томоохон зах зээл юм. Гэвч асар том зах зээлд ЛИДЕР байхгүй байгаа нь их сонин. Хэн ч одоохондоо цахим хөгжмийн зах зээл дээр тэргүүлэх аргыг буюу жорыг олоогүй байсан. Гэхдээ зөвхөн өнөөдрийг хүртэл. Яагаад гэвэл, бид үүнийг олж, бүтээж чадсан билээ”

Жобс танхим дах сонсогчдийн сонирхолыг, ““Apple” шинэ арга барил олсон” гэсэн мэдэгдэл хийн татахад, тэр аль хэдийнээ тайзаа бэлдсэн байсан юм. Түүний дараагийн алхам бол өрсөлдөгчдийн танилцуулга. Тэр өөрийн сонсогчиддоо зориулж орчин үеийн зөөврийн хөгжим тоглуулагчдын богино хэлбэрийг үзүүлсэн байна. Жобс: “Хэрвээ та гүйх үедээ хөгжим сонсохыг хүсэж байвал, та 10-15 дуутай CD тоглуулагч, флеш-тоглуулагч, CD/MP3-тоглуулагч, эсвэл хатуу дисктэй тоглуулагч худалдаж авч болох юм. За тэгвэл тэднийг нэг бүрчлэн авч үзэцгээе!” гэж хэлэн өрсөлдөгчдийн /эсрэг дүр/ эмзэг асуудлууд руу орлоо:

“CD-тоглуулагч ойролцоогоор 75\$-ын үнэтэй ба нэг CD-нд 10-аас 15 дуу багтана. Та 150\$-оор дотроо мөн адил 10-аас 15 дуу багтах боломжтой флеш-плеер авч болно, тэр нь дуу болгон ойролцоогоор 10\$ гэсэн үг юм. Аль эсвэл та 150\$-оор MP-3 дуу хийж болохоор CD-тоглуулагч худалдаж авч болох бөгөөд, түүнд дээрээ 150 хүртэл дуу бичиж болох буюу 1 дууг 1\$-оор авч байна гэсэн үг. Бас, та 300\$-оор хатуу дисктэй тоглуулагч худалдаж авч болох бөгөөд түүндээ ойролцоогоор 1000 дуу хийх боломжтой. Энэ нь 1 дуу нь 30 центийн үнэлгээтэй гэсэн үг юм. Бид эдгээр бүх төхөөрөмжүүдийг маш сайн судласан бөгөөд бид өөрсдөө ерөнхийдөө энд байхыг хүсэж байсан. (яг энэ үед слайдэн дээр “хатуу диск” -ны ангилалыг заажээ). Өнөөдөр бид яг энэ ангилалд багтаж байгаа бүтээгдэхүүнийг танилцуулж байна, энэ бүтээгдэхүүнийг “iPod” гэж нэрлэдэг”.

Ингэж Жобс асуудал буюу эсрэг дүрийг танилцуулсаны дараа “iPod” гэдэг “баатрыг” танилцуулсан юм. Тэр цаашлаад,

“iPod”, энэ бол CD-ны чанартай хөгжим тоглуулдаг MP3 тоглуулагч юм. Тэгэхдээ хамгийн чухал зүйл нь юу вэ гэвэл “iPod”-д 1000 дуу өлхөөн багтана. Энэ бол жинхэнэ том хэмжээний үсрэлт, тэгээд ч ихэнх хүмүүст энэ нь тэдний бүхэл бүтэн дуу хөгжмийн цуглуулга гэсэн үг юм. Энэ бол маш их. Хэр олон удаа та өөрийн сонсохыг хүссэн CD-гээ аваагүй замд гарч байсан бэ? Харин “iPod”-той байхад та өөрийн бүх дууны сангаа 1 халаасанд л багтаан авч явах болно. Урьд нь энэ үнэхээр боломжгүй зүйл байсан.”

Хүн болгон өөрийн дууны сангаа өөрийн халаасандаа авч явж болно гэсэн санааг дурьдсанаар Жобс баатрын хамгийн гол чанарыг мөн адил тодотгож өгсөн бөгөөд, сонсогчиддоо, “Apple” гардан хийхээс наана түүний танилцуулсан асуудлууд нь хэзээ ч боломжгүй зүйл байсан хэмээн дахин сануулсан юм.

“iPod”-ын танилцуулгын дараа сэтгүүлч Майк Ландберг, “Creative”

(хатуу дисктэй тоглуулагчийн үйлдвэр) нь “Apple”-ээс түрүүлж зөөврийн хөгжмийн тоглуулагч бүтээх боломжыг олж харсан ба 2000 оны 9 сард 6 гигабитын багтаамжтай тоглуулагчыг танилцуулсан байсан хэмээн нийтлэлдээ бичжээ. Харин “Apple” жилийн дараа л “iPod”-ыг худалдаанд гаргасан юм. Тэгэхдээ Creative-д, “Apple”-д байдаг шиг гинийг сэдэгч, удирдагч, шинэ барааг танилцуулагч байгаагүй учир тэд амжилтыг эс олсон юм” хэмээн тэр тэмдэглэн үлдээсэн байна.

I am MAC, and I am a PC

“Mac-ийг сонго” хэмээх компанит ажил нь 2006 онд эхэлсэн бөгөөд, дэлхий даяар хамгийн өргөн тархсан реклам, кампанит ажлийн нэг болж чадсан юм. Энэ рекламны PC-ний дүрд Жон Ходжман тоглосон бол, харин Mac-ийн дүрд Жастин Лог тоглосон юм. Тэр хоёр хоёулаа зэрэг, цагаан фон дээр гарч ирэх ба, рекламны гол утга нь PC, Mac хоёрыг харьцуулсан, PC нь удаан, өрөвдмөөр, Mac-ийг ямар ч талаараа гүйцэхгүй гэх утгатай байв. Энэ 30 секундын реклам ч гэсэн мөн л адил театрчилсан хэв маягтай, эсрэг дүр нь PC байсан бол харин, манай талын баатар нь “Mac” өөрөө байсан юм.

Энэ цуврал сурталчилгааны нэгэн үзэгдэлд сайныг заах сахиусан тэнгэр мөн муу руу дагуулах хорон тэнгэр, чөтгөрийн дүр гардаг байна. Mac гарч ирээд PC-д, өөрийнхөө платформ дээр хийсэн “iPhoto” хэмээх программаа үзүүлэхэд, PC-ны толгой дээр энэ сахиусан тэнгэр, чөтгөр хоёр тэмцэлдэн байх аж. Хэрэв сахиусан тэнгэр нь PC-ийг сайн харж аваад яг үүнтэй ижил төрлийн программыг хэрхэн хийж болохыг судал гэж зөвлөдөг бол, чөтгөр түүнд шууд урж тасдаж хая хэмээн зөвлөнө. Төөрөгдөлд орсон PC, юу хийхээ мэдэхгүй Mac-д буцаан өгөх ажээ. Энэ рекламаар ч гэсэн юуг хэлэх гэсэн нь ойлгомжтой байгаа биз. “Би Mac, харин чи PC” гэдэг нь “Би бол шилдэг, харин чи эргүү тэнэг” хэмээн хэлж байгаа юм шиг.

“Баатар”-ыг бусдад дэлгэсэн бол шууд л түүний сайн талуудыг дурьдах учиртай. “Энэ нь бидэнд ямар хамаатай гэж? гэх хэрэглэгчдийн асуултанд шууд хариуг өгөх нь зайлшгүй байх ёстой гэдгийг сана. Жишээ нь: “Хайрцагнаасаа шууд” гэдэг реклам дээр PC, MAC хоёр хоёулаа хайрцаган дотроо байж байна гэнэ. Тэд хоорондоо ийнхүү ярилцаж байна: :

Mac: Ажиллахад бэлэн биздэ?

PC: Үгүй ээ, болоогүй л байна, чи?

Mac: Бэлнээр барах уу, гараад шууд эзэнийхээ видеог засаж, мэргэжлийн түвшинд болгоно, шууд веб хуудас хийнэ, өөрийнхөө шинэ суурин камерийг шалгаж үзнэ гэж бодож байна даа. Харин чи?

PC: Эхлээд шинээр гарсан драйверуудаа (PC өөрийн драйвер порграммуудаа эхлэж суулгаж байж дуу, дүрсний төхөөрөмж нь гүйцэд ажилладаг) суулгаад, надтай хамт ирдэг анхан шатны үйлдлийн системээ ахиулаад, их л олон гарын авлага уншина байх даа.

Mac: Чи ч, ажиллаж эхлэхээсээ өмнө их л юм хийх нь дээ. Би ч ажиллахад бэлэн байна, одоо гарч эзнээ гайхашрууллаа. Баяртай (хэмээн хайрцагнаас гарна)

PC: Үнэндээ, миний тал хэсэг нь өөр хайрцагуудтай ирдэг юм. Тийм учир дараа л уулзахаас....

(энэ сурталчилгаанд Mac-ийг танилцуулчихаад, хэрэглэгчдэд, Mac-ийг авбал ийм амар, хайрцагнаасаа шууд ажиллахад бэлэн гэдэг давуу талыг харуулж байна)

Та дээрх I am Mac, and I am PC гэх рекламуудыг үзсэн, магадгүй таньд таалагддаггүй байх. Тэгэхдээ таны таалдаг эсэх нь хамаагүй, эцэс төгсгөлдөө муу ч, сайн ч энэ реклам нь “Apple”-ийн тухай яриаг дэгдээж байгаа учир энэ нь “Apple”-ыханд сайнаар л нөлөөлж байдаг. Тэгэхдээ, энэ сурталчилгаа нь маш их амжилттай, олон хүнд хүрч чадсан юм. Бүр Microsoft хүртэл өөрийн рекламьг хариу болгож гаргасан гээч. Microsoft-ийн реклам дээр салбар бүрийн олон хүмүүс ярилцлага өгөн “Би бол PC хэрэглэгч” хэмээн хэлнэ. “Apple” эхэлж, Mac-ыг “тасарсан залуу”, харин PC-ийг “азгүй, усан тэнэг” хэмээн харуулсан болохоор олон нийтийн хандлага “Apple”-ын рекламанд илүү байсан нь мэдээж. Үнэндээ Microsoft-ийн энэ сурталчилгаа нь инээдэмтэй болсон ба, олны сэтгэлзүйд “Apple”-ын сурталчилгаа шиг хүчтэй нөлөөг үзүүлж чадаагүй юм. Шалтгаан нь ч гэсэн тодорхой. Microsoft-ийн рекламанд “эсрэг дүр” байгаагүй болохоор тэр.

Асуудал ба 30 секундын доторх шийдэл

“App Store”-доо (“iPhone”-д зориулсан тоглоом, программ татаж авах цахим дэлгүүр) бараг 10000 “iPhone”-ийн аппликейшн (“iPhone”-д зориулсан программ, тоглоом) байрлуулсан байсан нь “Apple”-д үнэхээр маш том амжилтыг авчирсан юм. Учир нь “iPhone” болон “iPod” Touch”-ийн телевизийн рекламанд “Apple” нь энэ аппликейшнуудын заримыг рекламдсан байдаг. Энэ телевизийн сурталчилгаа нь үнэхээр маш их амжилтыг олсон ба нууц нь сурталчилгаа явах 30 секундын дотор “Apple”-ынхан асуудлыг гаргаж ирээд, тэр доор нь шийдлийг нь харуулж чадсан болохоор тэр.

Жишээ нь: Shazam хэмээх аппликейшнийг сурталчлахдаа “Та дууны нэрийг мэдэхгүй байх тохиолдол гарч байсан уу? Радиоогоор дуу яваад харин та тэр дууны нэрийг олж авах хүсэл төрж байгаагүй гэж үү? (таалагдсан дуугаа олж чадахгүй, нэрийг нь мэдэхгүй байх асуудлыг маш тодорхой үзүүлнэ) Тэгвэл Shazam-ийг ашиглаад үз, өөрийн “iPhone”-ийг дууны сантайгаа холбоод үз, ингээд хэдхэн секундын дараа Shazam таньд дууны нэрийг гаргаж өгөх болно”. Ингэж сурталчилж дууссаны дараа, төгсгөлд нь “iPhone”-той бол амьдралд асуудал үгүй, хүн болгонд хэрэгтэй аппликейшнийг нь” хэмээсэн гарчиг явна.

Энэ мэтээр 30 секундын доторх сурталчилгаанууд нь амьдралын, хэнд ч тохиолддог хамгийн энгийн асуудлуудыг гаргаж ирээд, энэ асуудлуудыг ердийн аппликейшнээр хэрхэн шийдэхийг харуулах аж. Энэ нь дахин дахин асуудлыг бий болгох, түүний шийдлийг танилцуулахад тийм олон цаг шаардагдахгүй гэдгийг нотлож байна.

Жобс нь компьютер зардаггүй, тэр “мэдрэмж”-ийг зардаг

“Apple”-ийн сурталчилгаанд байдаг нэгэн онцлог гэвэл хорон санаат болон баатрыг танилцуулчихаад, хэрэглэгчдэд хэрхэн хорон санаатны атганаас гарах замыг заадаг. Тэгэхдээ, хамгийн гол нь хэрэглэгчдэд энэ арга замаа хамгийн энгийн, ямар ч техникийн үг хэллэг ашиглахгүйгээр ойлгогдохоор тайлбарладаг байна. “Apple”-ийн сайт руу нь орвол та яагаад заавал “Apple”-ийг, MAC-ийг сонгох ёстой шалтгааныг шууд л ойлгоно. Учир нь “Apple” бүтээгдэхүүнээ танилцуулахдаа, зөвхөн хакерүүд, аль эсвэл техникийн хорхойтон ойлгох тийм хэллэг ашигладаггүй. Жишээ нь, шинэ Mac Book Pro нь Intel Core 2 Duo 2,4 ГГц, 2 ГБ, 1066 МГц, DDR3 SDRAM и 250 ГБ Serial ATA 5400 rpm -ээр тоноглогдсон гэвэл олон нийт төдийлөн ойлгохгүй. Харин түүний оронд, “Apple”-ийн сайтан дээр хэрэглэгч энэ бүхнээс ямар мэдрэмжийг авах тухай тайлбарладаг байна: “Шинэ Mac Book Pro - тэр чигээрээ гайхамшиг, гаднаа ч, дотроо ч ялгаагүй. Дэлхийн хамгийн сайн үйлдлийн систем болон программуудаар хангагдсан. Түүн дээр ажиллана гэдэг тэр чигээрээ сэтгэлийн таашаал” гэх мэт. “Apple”-ынхан хэрэглэгч нар нь ямар нэгэн техникийн үзүүлэлтээс болж, хос процессор тавигдсан байна уу гэх мэтээс хамаарч сонголтоо хийдэггүйг сайтар мэддэг аж. Хэрэглэгч нар нь тухайн процессорын хэрэглэгчдэд өгч чадах мэдрэмж, чадвар, туршлагыг бодож авцгаадаг гэдгийг сайн мэддэг болохоор Жобс нь компьютер гэхээсээ илүү мэдрэмжийг зардаг юм.

Өрсөлдөгч нараа бодвол Жобс нь ямар нэгэн олон тоо цифр, компьютерийн үзүүлэлт, мэргэжлийн хэллэгийг илтгэлдээ ашиглахаас зайлсхийдэг байна. 2006 оны Macworld дээр тэр, өөрийн нэрийн хуудас болсон “Бас нэгэн зүйл байна” гэдэг үгнийхээ ардаас “Macbook Pro”-г танилцуулсан юм. MacBook Pro нь “Apple”-ийн хамгийн анхны “Intel”-ийн процессортой компьютер байсан юм. Энэ нь Жобсын “баатар” байсан бөгөөд, тэрээр энэ “баатар”-ынхаа сайн чанарыг нь танилцуулахын тулд нилээд цаг гаргахдаа, хамгийн гол нь бүгдийг хэн ч ойлгохоор, энгийн хэллэгээр ярьсан юм.

“PowerBook нь нэгэн том дутагдалтай байсан”- хэмээн тэр хэлнэ (энэ удаа түүний эсрэг дүр нь PowerBook болон хувирч байна) - “PowerBook”-д “IBM”-ийн үйлдвэрлэдэг G5 процессорыг хийх гэж байсан нь нууц биш. Гэвч энэ процессор нь хэт их ачаалладаг учир бид энэ санаагаа орхисон юм. Мөн түүний дизайнд G5 процессор нь хэт томдож, гадаад үзэмжид нөлөөлж байлаа. Ууг нь бид инженерийн тал дээр чадах бүхнээ хийсэн боловч үнэхээр G5 нь яагаад ч боломжгүй байлаа. Бүр хамгийн сайн зөвлөгч нартай хүртэл зөвлөлдлөө (ингэж хэлэх үед Пап Лам-ын зураг дэлгэцэн дээр гарч ирэн танхимд суусан хүмүүст инээд бэлэглэв)

Жобсийн яриж байгаагаар, “Intel”-ийн процессороор сольсон нь ачааллах, мөн дизайн гээд бүх асуудлыг нь цогц шийдэж байсан байна.

“Өнөөдөр бид та бүхэнд шинэ компьютер танилцуулна. Бид үүнийгээ MacBook Pro хэмээн нэрлэсэн юм. Түүнд Intel Core Duo суурьлуулсан байгаа. Яг энэ процессорыг ч гэсэн шинэ “iMac” дээр тавих гэж байгаа юм. Энэ процессор нь ямар учиртай вэ? гэвэл MacBook Pro болгон одоо хоёр процессортой болсон гэсэн үг юм. Тэгвэл энэ нь таньд юуг өгж чадах вэ? MacBook Pro нь PowerBook G4-ээс 4-5 дахин хурдан юм. Үнэхээр гайхалтай техникийн дэвшил биш гэж үү?... MacBook Pro - Mac-ийн цувралуудаас хамгийн хурдан нь. Дээр нь

хамгийн нимгэн нь. Мөн түүнд 15,4 тансаг дэлгэц бий. Яагаад тансаг гэсэн бэ гэвэл энэ дэлгэц нь өнгийг дээд зэргээр ялгах чадвартай, зураглал нь яг л кино үзэхэд зориулсан телевизийн шиг... Гайхалтай дэлгэц, гайхалтай мэдрэмж... Бас, iSight камер ч гэсэн суурьлуулж өгсөн, үнэхээр хурдан камер. Та одоо компьютерээ асаагаад л шууд найзуудтайгаа интернетээр дүрс дүрсээ харалцан холбогдох боломжтой гэсэн үг“.

Энэ мэтээр баатарыг танилцуулчихаад, дараа нь мэдрэмжинд

дөрөөлж баатарын сайн чанарыг танилцуулах нь Жобсын илтгэл, яриа болгон дээрээ ашигладаг хамгийн үр нөлөөтэй техникүүдын нэг юм. Харин мэдрэмжийг танилцуулна, мэдрэмжийг зарна гэдэг нь үнэхээр бараа бүтээгдэхүүнтэйгээ сэтгэл зүрхээрээ холбогдсон л хүний хийх ажил. Жобсын нэгэн илтгэлдээ чадварлаг бизнесмен нь амжилтгүй, чадвар муутай бизнесменээс тууштай зангаараа ялгагдана гэсэн байдаг. “Тууштай зан нь сонирхол, хийж буй ажилдаа хэр хайртай байхаас шууд шалтгаална. Хэрэв хийж буй зүйлдээ дургүй, сонирхолгүй бол хэдий тэвчээртэй хүн байсан ч сонирхолгүй ажил, сэдэвийг орхидог. Ямар нэгэн сонирхол, алдаа, асуудлыг ол. Хамгийн гол нь үнэхээр өөрийг чинь бүрэн эзэмдэж чадах тийм л сэдэвийг ол. Тэгэж чадахгүй бол танд хамгийн сайн зөвлөгч нар байлаа ч ямар ч ажил урагштай байж чадахгүй. Амжилт гаргах эсэхийн 50% нь ердөө хамгийн эхний энэ ‘хийж буй зүйлдээ сонирхолтой байх ‘ гэх алхамаас л харагддаг” гэжээ.

Үнэхээр Жобс нь бизнесийн ертөнцийн Идиана Жонс юм. Индиана Жонс шиг хорон санаатнуудыг нэг нэгээр нь даран, олон түмний хайр хүндэтгэлийг хүлээгээд л... Дэлхий ертөнцийг улам хөгжүүлж, дэвшүүлсээр л...

Санамж

* Өөрийн бараа бүтээгдэхүүн борлуулах салбарынхаа (хэрэв машин зарах гэж буй бол машин, авто-тээврийн зах зээл, мах, ногоо зарах гэж буй бол хүнсний зах зээл гэх мэт) одоогийн байдлыг дүгнэ. Таны бодлоор энэ салбар нь ямар байх ёстой вэ? Сайн бод.

* Ингээд гол бэрхшээл, хэрэглэгчдийн эмзэг сэдэвийг нь олсон бол үүнийг хамгийн энгийнээр, мэргэжлийн хэллэг үл оролцуулан тайлбарла. Дараа нь таны компани хэрэглэгчдийг энэ байдлаас нь хэрхэн гаргаж чадахыг бас л энгийнээр тайлбарла.

* Санаж яв, Жобсынхоор тууштай байдал гэдэг нь амжилтын үндэс. Харин тууштай байдлыг ‘хийж буй ажилдаа сэтгэлээ зориулсан’ хүн л олж чадна.

10 минутын дүрэм

Таны сонсогчид 10 минутын дараа таныг ямар ч сонирхолтой зүйл ярьж байсан ч гэсэн сонсохоо больж эхлэх юм уу, аль эсвэл анхаарал нь сатаарч эхэлдэг. 11 биш 10 минут шүү! Энэ баримт нь физиологийн салбарын хамгийн сүүлийн үеийн судалгаагаар нотлогдсон юм. Энгийнээр хэлбэл, ямар ч хүний тархи нь 10 минутын дараа ядарч эхлэдэг байна. Жишээ нь, та өөрийгөө нэг тийм, сонирхолтой ч биш, сонирхолгүй ч биш лекцэнд сууж байна гээд төсөөлдөө. Ингээд та лекц хэзээ дуусах бол хэмээн бодож цагаа харна, тэгвэл энэ цаг харах үзэгдлийн хоорондын зай нь ихэнхидээ 10 минут байдаг гэвэл та итгэх үү?

Тэгвэл Жобс нь илтгэл тавьж байх явцдаа өөрийн үзэгч, сонсогчдын тархийг ядраах боломжийг олгодоггүй байна. Түүний 30 минутын илтгэл нь тайлбар, зочин болон бичлэг гэх мэтээр хуваагдах жишээтэй. Жобс өөрөө, өөрийнх нь хүмүүсийг өөртөө татах, хүмүүсийг сэнхрүүлэх хосгүй авьяас нь хүртэл, байгалийн, бие физиологийн энэ 10 минутын дүрмийн өмнө хүчин мөхөсддөг гэдгийг сайн мэддэг учир, тэр олон түмний тархийг ядраахгүйд гойд анхаардаг байна. Тэгвэл энэ энгийн дүрмийг ашиглан та ч гэсэн өөрийн илтгэл, яриаг үр дүнтэй бөгөөд, сонирхолтойгоор өрнүүлэх боломжтой юм.

MacWorld 2007 дээр нэг секунд ч хэтрэлгүй, яг яриагаа хийж эхлээд л 10 минутын дараа Жобс дэлгэцэн дээр “Itunes” болон “IPod”-ийн шинэ рекламьг гаргасан юм (сонсогч, үзэгчдийн тархийг ядрахаас сэргийлсэн бяцхан заль). Энэ видео сурталчилгаан дээр цул өнгийн фон дээр хар сүүдрүүд бүжиглэх бөгөөд бүгд цагаан чихэвчтэй байх аж. Хэн ч харсан “IPod” барин бүжиглэж байна гэдэг нь илт. Ингэж рекламаа үзүүлсний дараа Жобс, “Гайхалтай биш гэж үү?” хэмээн хэлээд, эхний 10 минутаа хөгжим, “IPod”-д зориулсан бол, харин хоёр дахь 10 минутыг “Apple” Tv-д зориулсан юм. Энэ нь “Itunes”-ийн барааг том дэлгэцтэй телевизэд тоглуулдаг бүтээгдэхүүн байсан юм. Ингэж Жобс нь 10 минут хөгжим (“IPod”) ярьж, дараагийн 10 минут “Apple” Tv ярьж, харин хооронд нь жижиг рекламаар холбож, үзэгч, сонсогчдын анхаарлыг өөр дээрээ хадгалж чадаж байгаа юм. Жобс шиг 10 минутын дүрмийг илтгэл болгондоо яг таг барих хэрэгтэй ба, үзэгч сонсогчдын тархинд амрах хугацааг заавал олгох нь сайн илтгэл, амжилттай ярианы нэг гол нөхцөл юм.

Хоёрдугаар бүлэг

Мэдрэмж, догдлол

Стив Жобс нь үзэгчдийн өмнө үзүүлэн, танилцуулгыг бүтээдэггүй юм. Тэрээр догдлол, хүслийг бүтээдэг нэгэн. Жишээ нь та өөрийгөө Нью-Йоркт дэлхийд алдартай Бродвайн шоууг үзэхээр ирсэн хэмээн төсөөлдөө. Мэдээж үзэхийн өмнө та догдлоно, хүлээнэ. Сонирхолтой үзүүлбэр, гайхалтай чимэглэл, цэвэр амьд хөгжим, гайхалтай сэтгэлийн таашаал гээд энэ бүхнийг хүснэ. Үзэж дуусаад, танхимыг орхиход, энэ бүх хүсэж байсан зүйлс Бродвайн шоунд байсан бол та шоунд мөнгө үрсэндээ хармсахгүй. Тэгвэл миний номны хоёрдахь хэсэгт та Жобсын илтгэл нь ч гэсэн яг л энэ Бродвайн шоу шиг дээд зэрэглэлийн явагдаж, сонсогчидтойгоо нягт холбогдохын тулд ямар ямар техниж ашигладагийг мэдэх болно.

Яг л нэгдүгээр хэсэгтэй ижил бүх дэд бүлэг нь шууд ашиглаж болох хичээлүүдийг оруулсан байгаа.

Номны хоёрдугаар хэсгийн агуулгыг товч сонирхуулбал :

- **Үзэгдэл-8: Энгийнээс энгийн** гэдэг нь “Apple”-ийн бүх л бүтээгдэхүүний дизайны гол тодорхойлолт юм. Жобс ч ялгаагүй тэр өөрийн слайдыг ч гэсэн энгийнээс энгийн хийдэг. Түүний слайд болгон нь энгийн мөртлөө, чамин, сонирхол татам.
- **Үзэгдэл-9: Тоон баримтыг хувирга.** Тоон баримтыг танилцуулахдаа маш анхаарах хэрэгтэй. Тэдний гадаад төрхийг өөрчлөх хэрэгтэй. Жобс нь аливаа үзүүлэлт, тоон баримтыг сонсогчдод тохирох хэлбэрт хөрвүүлж, ойлгомжтой байхад анхааран хүргэдэг.
- **Үзэгдэл-10: Чамин үг ашиглах нь.** Энгийн хүн Стив Жобсын яриаг сонсоод “гайхалтай, гайхамшигтай” гэх мэт үгээр дүрсэлдэг. Тэгвэл энэ хоёр үгийг жобс өөрөө, илтгэлдээ хамгийн их ашигладаг. Тийм ч учир үзэгч, сонсогч нар нь хүртэл Жобсийг, өөрийг нь дүрслэхдээ өөрийн мэдэлгүй энэ хоёр үгийг сонгодог байна. Яагаад Жобсын энэ үгнүүд Жобсыг өөрийг нь тодорхойлоход хэрэглэгдэж байна вэ?
- **Үзэгдэл-11: Тайзыг хуваалц.** “Apple” компанийн амжилт нь үүсгэн байгуулагчаасаа шууд хамаардаг маш цөөн компанийн нэг юм. ““Apple””-д чадварлаг удирдагчид, илтгэгчид, инженерүүд маш их байгаа ч гэсэн нийгэм, гадаад ертөнц “Apple”-ийн бэлэг тэмдэгээр Жобсыг л сонгосон. Нэг үгээр хэлбэр “Apple” нь нэг хүний шоу юм. Жобс яг л симфони удирдаач шиг бүхнийг зохион байгуулна.
- **Үзэгдэл-12: Илтгэлийг том болгож харагдуул.** Олон юм, элдэвийг чимх чимхээр холин яриаг хийх нь нэг зүйлийг удаан ярьж сонсогчдын тархийг ядраахаас хамгаалдаг. Жобс энэ аргыг ч гэсэн илтгэлээ үнэхээр үр өгөөжтэй, дээд зэргийн нөлөөтэй байхад ашиглан хийдэг.
- **Үзэгдэл-13: Бурхан минь буюу дуу алдмаар мөчийг бий болго.** Өөрийн анхны илтгэлээс л Жобс нь түүний үзүүлэн, илтгэл нь яг л тайлашгүй оньсого гэдгийг харуулсар ирсэн. Сонсох бүхнээ сонсож, үзэх бүхнээ үзсэн гэж бодож байхад Жобс үргэлж “гэнэтийн бэлэг”-ийг задална. Энэ бүхэн нь мэдээж үзэгчдэд хамгийн их сэтгэл ханамж, хамгийн их мэдрэмж

өгөх талаас нь бодогдож, төлөвлөгдсөн байдаг.

Үзэгдэл-8

Энгийнээс энгийн

Энгийн бүхэн агуу

“Стив Жобс Леонардо ДаВинчигээс ишлэсэн нь”

Энгийн байдал гэдэг нь “Apple”-ийн дизайны гол зарчим юм. Энгийн хэв маягийг та “Apple”-ийн хөгжим тоглуулагчаас эхлээд хамгийн том сүлжээ дэлгүүрүүдээс нь ч гэсэн олж харах болно. “Техник технологи улам хөгжиж, улам ярвигтай, улам толгой эргэмээр, ойлгомжгүй болж байгаач, “Apple” нь хамгийн сүүлийн үеийн техникийг хамгийн ердийн хүнд ч гэсэн ойлгомжтой байхаар бодож их ажилладаг” хэмээн Жобс нь New York Times -ийн “iPod”-д зориулсан нэгэн нийтлэлд хэлсэн байна.

“Apple”-ийн гол дизайнер, дизайн-мангас, Жонатан Ийв нь яг энэ нийтлэл дээр нэмэж: “Жобс “iPod”-ыг хэрэглэхэд хэцүү болгохоос сэргийлж бүх л зүйл дээр, хамгийн нарийн элемент дээр нь хүртэл маш их цагийг үрэн ажилласан. Тэр бүх зүйлд зааварчилгаа өгдөг ба, инженерүүдийн багийн хувьд төхөөрөмжөөс хасахаар шийдсэн эд анги нь, төхөөрөмжинд үлдээхээр шийдсэн эд ангиас илүү чухалаар ярилцаж шийдэгддэг байсан юм. Тийм ч учир “iPod”-ын үр дүн нь бидний нүдэнд илт байгаа байх. Хэрэв “iPod” нь ‘энгийн’ гэх тодорхойлолтноос гажсан бол, зах зээл дэх амжилт нь байхгүй байх байсан биз” хэмээн хэлжээ.

Ингэж Жобс нь өөрийн бүтээгдэхүүнүүдээ аль болох энгийн байлгахыг хамгийн түрүүнд зорьдог юм. Түүний энэ хандлагыг түүний яриа, илтгэлээс ч гэсэн харж болно. “Хэрэв, илтгэгч ганц слайдад багтаж болох бүх л мэдээллийг багтааж, түүний слайдны мэдээлэл хэт замбраагүй, ойлгоход төвөгтэй бол энэ нь тухайн илтгэгчийн хэр залхуу хүн бэ гэдгийг л харуулж байдаг” хэмээн Нэнси Дуарте хэлжээ. Харин тэгвэл, Жобсын арга барил нь яг эсрэгээрээ, тэр маш бага үг оруулж, слайдын мэдээлэл цэгцтэй, ойлгомжтой байхад ихэд анхаарлаа хандуулдаг аж.

Стив Жобсийн илтгэл, танилцуулгууд нь маш энгийн, слайдад нь ямар ч дугаарлалт, жагсаалт үгүй. Магадгүй олон хүн ‘эрэмбэ, дугаарлалтгүй танилцуулгыг, танилцуулга хэмээн хэлж болно гэж үү?’ гэж дотроо бодоцгоож байж магадгүй. Хариулт нь “болно”. Тэр ч байтугай сүүлийн физиологийн судалгаагаар дугаарлалт, жагсаалт нь хүнд маш бага нөлөө үзүүлдэг ба, хамгийн амархан мартагддаг зүйлсийн нэг гэдгийг батласан гэнэ...

“Тархи - хүний биеийн хамгийн залхуу хэсэг” гэж, Грегори Бернс эмч өөрийн номондоо бичжээ. Өөрөөр хэлбэл тархи нь эрч хүчээ зарах хамгаас дургүй ба, аль болох эрч хүчээ хэмнэхийг боддог гэнэ. “PowerPoint” шиг илтгэлийн слайд бэлддэг программ нь, тархийг амархан ядраах, тархинаас их ажиллагаа шаардах тийм л илтгэл хийхэд тусалдаг байна. Та, PowerPoint-оо нээгээд хардаа. Шууд л гарчиг, дэд гарчиг гэх жагсаалтанд орж ирнэ. Хэрэв та энгийн хүн бол, программын энэ мэхэнд орох тань бараг л тодорхой. Ингээд эцэст нь таны презентаци доорхи зураг шиг хэлбэрийг олно.

Гарчиг

- Бүлэг.

Дэд бүлэг

- Хэсэг

- Бүлэг.

Дэд бүлэг

- Хэсэг

- Бүлэг.

Дэд бүлэг

- Хэсэг

Байдаг л нэг энгийн уйтгартай слайд

Энэ мэт слайдууд миний дургүйг хүргэдэг юм. Хэрэв таны слайд ч гэсэн яг ийм бол гайхах зүйлгүй. Дизайнер Гарр Рейнольдс энэ мэт слайдыг “хог” буюу баримтыг слайданд шингээх гэсэн оролдлого хэмээн нэрлэдэг. “Хүмүүст, өөрсдөд нь маш их ажлыг хөнгөвчилж, маш үр бүтээмжтэй зүйл хийж буй мэт санагддаг байх л даа. Яг л нэг сумаар хоёр туулай буудаж буй мэт боддог байх. Гэвч үнэндээ, ингэж хийсэн үзүүлэнгээс юуг алдах вэ гэвэл ‘илтгэлийн гол санаа нь слайдад дарагдаж бүрхэгдүүлдэг юм’ хэмээн Рейнольдс хэлжээ. Тэрээр ухаантай ашигласан “PowerPoint” бол ямар ч илтгэлийг түшиж, маш их нөлөөтэй болгодог гэжээ. Хамгийн гол нь хүмүүс янз бүрийн дугаарлалт, жагсаалттай бэлэн загваруудаас л зайлсхийх хэрэгтэй. “Амаар хэлж байгаа өгүүлэмжээ яагаад заавал слайдад дахиад тэр чигээр нь буулгах ёстой гэж? Энэ бүхэн сонсогчдод үнэхээр уйтгартай шүү дээ!”

Стив Жобс шиг слайд хийхэд та бусад илтгэгч нараас ялгарах болно. Яагаад гэвэл түүний замаар явбал танд маш бага тооны слайд л хэрэгтэй болох учраас тэр. Стив Жобс хэрхэн өөрийн слайдаа загварчилдагийг ярихын өмнө тэр юуг хийдэг тухай ярилцъя хэмээн бодлоо. Стив Жобс нь өөрөө Зен-Буддизмын сүсэгтэн, бясалгагч. Түүний намтарыг бичсэн Жеффри Янг болон Виллиям Саймон нарын мэдээлсэнээр Жобс нь Зенг бүр аль 1976 оноос хойш суралцаж, дагаж байгаа аж. Эхнэр болох Лорен Повеллтайгээ гэрлэхдээ хүртэл хуримаа Зен-Буддизмын сүмд хийсэн гэдэг. Зен Буддизмын хамгийн гол онолыг ‘кансо-энгийн байдал’ гэдэг. Японы Зен-Буддизм нь ертөнцийн хамаг гоо сайханыг хамгийн энгийн аргаар бусад илэрхийлхийг зорьдог байна. Ингээд харвал, түүний бүх л шийдэл нь Зен-Буддизмтай нягт холбоотой.

Бид багаасаа, ээж аав, багшаасаа ямар нэгэн яриа илтгэл дээр гол санааг бичиж тэмдэглэх, тэмдэглүүлэх тухай заалгасан билээ. Тэгвэл ингэх нь ихэнхидээ сонсогчдын анхаарлыг бичих зүйл дээр шилжүүлж, ярьж буй зүйлийн утгыг ойлгож чадахгүйд хүргэдэг. Таны үйлдэл

тань өөрөө анхаарал шаардаж байх учиртай (зөвлөгөө: Дугаарласан мэдээлэл, жагсаалт нь үзэгчдэд тэмдэглэгээ хийлгэхийг шардаж байдаг, яг л: “үүнийг бич, миний илтгэлд анхаарлаа хандуулахгүй байж ч болно” гэж өөрөө хэлж байгаа юм шиг.)

Тэгвэл үзэгчдээ ямар нэгэн зүйл тэмдэглэж авахыг шаардах хэрэггүй. Учир нь хүмүүс театрт жүжиг үзэж байхдаа хэзээ ч тэмдэглэл хийдэггүйг сана.

1982 онд, Жобсийн гэрт зурагчин Дианна Валкер очиж түүний гэрэл зургийг татжээ. Энэ зурган дээр Жобс нь хананаас шал хүртэлх тэр чигээрээ цонх болсон өрөөнд ганц жижиг хивсэн дээр суун гарсан байна. Түүний хажууд өдрийн гэрэл болон, пянз тоглуулагч, мөн хуурцагнууд л байрласан байв. Гэрт нь өөр юу ч байсангүй. Тухайн үед Жобсийн хөрөнгө 100 сая доллараас хол давсан байсан учир тэр гэртээ ямар нэгэн үнэтэй мебель тавилга тавьж, тохижуулж болох л байсан. Гэвч Жобс нь энгийн загварт дуртай, үүнийгээ ч “Apple”-дахь ажил, амьдралдаа хэрэгжүүлж явдаг учир гэрээ ч гэсэн энгийн байхад анхаарсан байна. Түүний энэхүү загварын чиг хандлага, илүү-дутуу зүйлд дургүй, зөвхөн хэрэгтэйг л гэсэн үзэл нь “Apple”-ийн бүтээгдэхүүнүүдийн хамгийн гол тодорхойлолт болж чадсан юм. “iPod”-ийг хардаа, тэр ердөө 2 хон товчтой!. Магадгүй, тийм л учир энгийн байдлыг эрхэмлэдэг “Apple”-ийн бүтээгдэхүүн зах зээл дээр ийм амжилттай байгаа байх.

“Жобсийн бодол” - номын зохиогч Леандр Каниугийн бичсэнээр Жобс нь өөрөө технологийг технологийн өнцгөөс хэзээ ч сонирхож байгаагүй гэнэ. Тэр “олон л функцтэй бол сайн” гэдэг ойлголтонд дургүй. Түүнийхээр энэ нь Зен-Буддизмын ‘энгийн байдал’-ыг зөрчиж байдаг. Тиймээс ч тэрээр бүтээгдэхүүнүүд нь хамгийн хурдтай байгаад, хамгийн нимгэн, хамгийн энгийн байхад л анхаардаг. Харин хэрэгтэй хэрэггүй функцээр дүүргэхэд биш. Илтгэл тавихдаа ч гэсэн тэрээр энэ л загвараа ашигладаг юм.

1970 онд анх үйл ажиллагаагаа эхэлсэн цагаас хойш л “Apple”-ийн үйл ажиллагаа нь хэрэглэгчдэд хамгийн ойлгомжтой, энгийн байхад анхааран хийгдэж байсан байдаг. Тухайн үе нь ихэнхи хүмүүс “компьютер нь энгийн хүнд ямар ч хэрэггүй” гэж боддог, юунд ч ашиглахаа мэддэггүй байсан цаг. Тэгвэл “Apple” нь хамгийн анхны рекламаасаа л компьютер нь энгийн хүмүүсийн амьдралд ямар хэрэгтэй болохыг харуулсан байдаг. “Тэдний анхны реклам нь ч гэсэн хэнд ч ойлгомжтой, ямар ч техникийн хэллэг ашиглагдаагүй байсан. Ингэж, тэд компьютер нь зөвхөн радиотехникийн хорхойтнуудад

биш, харин энгийн хүнд ч хэрэгтэй зүйл гэдгийг ойлгуулж чадсан” хэмээн Кани номондоо бичжээ. Энэ цагаас эхлэн хэрэглэгчидтэйгээ харилцах харилцааны хамгийн энгийн байдлыг Жобс нь өнөөг хүртэл хадгалсаар ирсэн юм.

Германы алдартай зураач Ганс Хоффман: “Аливаа зүйлийг энгийн болгоно гэдэг нь хэрэггүйг илрүүлэн устгахыг хэлдэг, ингэж чадвал, хэрэгтэй зүйлс нь өөрсдөө хүний нүдэнд ил гардаг” гэсэн байдаг. Хэрэгтэй хэрэггүй олон баримт, хэтэрсэн мэдээллийг бүгдэнг нь хасаж Жобс нь өөрийн бараа бүтээгдэхүүн болон илтгэл, танилцуулгаа гол зорилгод нь чиглүүлж чаддаг байна. Энэхүү зорилго нь энгийн байх, ойлгомжтой байдал юм.

Macworld 2008 - Энгийн байдал, урлаг

Жобс өөрийн илтгэлдээ энгийн байдлыг хэрхэн ашигладгийг харуулахын тулд би “Macworld 2008” дээрх, түүний илтгэлээс авсан судалгаагаа доор хоёр баганд хуваан бичлээ. Зүүн талын баганд слайдан дээр дүрслэгдэх үгнүүдийг бичсэн бол харин барун талын баганад тухайн слайдыг гарах үед ямар зүйл ярьсан тухай бичлээ.

Түүний 4 слайдад, жирийн хүний 1 слайдад байдагаас хамаагүй бага үг агуулагдаж байгааг та ажиглах болно. Судлаач Жон Мединагийн хэлсэнээр “PowerPoint” дээр бэлтгэгдсэн нэг слайд нь ихэнхидээ дөчөөд үг агуулж байдаг гэнэ. Тэгвэл Жобсын эхний 4 слайд нь нийтдээ 7 үг, 3 тоо, 1 он цагийг харуулсан байна.

Стивийн үг	Стивийн слайд
Би 2007 оныг эргэн харж, хураангуй дүгнэлт хийхийг хүсэж байна. 2007 он бол “Apple”-ийн хувьд жирийн нэг жил байсангүй. Үнэхээр гайхамшигтай бүтээгдэхүүнүүдийг бид зах зээлд нийлүүлээ. Үүнд гайхамшигтай “iMac”, цоо шинэ “iPod”, хувьсгал авчирсан “iPhone” гэх мэт. Мөн Leopard нь 2007 онд бидний хийсэн бас нэгэн том ажлын нэг юм. Үнэхээр гайхалтай программ хангамж.	2007
2007 он бол “Apple”-ийн хувьд үнэхээр ээлтэй жил байлаа. Тийм ч учир энэ завшааныг ашиглаад би хэрэглэгч та бүхэндээ баярлаж буйгаа хэлмээр байна. Бид хэрэглэгчдээсээ үнэхээр агуу, том дэмжлэгийг хүртсэндээ туйлын их баяртай байна. Ингээд, 2007 оныг гайхалтай болгож өгсөн та бүхэнд баярлалаа	Баярлалаа
Би та бүхэнтэй 4 зүйлийн талаар яримаар байна. Яриагаа “Leopard”-аас эхэлье. “Leopard”-ыг, эхний 90 хоногт л гэхэд бараг 5 сая гаруй компьютерт суулгаж, борлуулсанаа хэлэхэд тун таатай байна. Энэ нь урьд урьдны Mac Os X-ийн хамгийн амжилттай хувилбар болж байгаа юм.	5 000 000 хувилбар

2008 оны 9 сарын 9-нд Жобс нь “iTunes”-ийн шинэ функц болон гаргахаар зэхэж буй шинэ “iPod”-ын тухай нийтэд зарласан билээ. Энэ үйл явдлыг болохоос өмнө, нийтийн дунд Жобсын өвчний тухай их яригдаж байв. Яагаад гэвэл тэр үнэхээр мэдэгдэхүйц турсан байсан болохоор тэр. (2009 оны 1 сард “Apple” нь албан ёсоор Жобс өвчний улмаас жин их хасаж байгаа талаар мэдээлсэн юм). Харин тэгвэл Жобс нь, илтгэл тавихдаа энэ шуугианд шууд л хандаж үг хэлсэн байна. Тэр хамгийн эхний слайдад өвчинийхөө тухай, өөрийнхөө биеийн байдалын тухай бичжээ. Энэ нь үзэгчдийн зүгээс дэмжлэгийг хүртэж, алга ташилтаар мялаагдсан юм. Мэдээж түүний илтгэлийн үлдсэн хэсэг ч гэсэн үнэхээр сонирхолтой байсан нь тодорхой.

Стивийн үг	Стивийн слайд
<p>Би 2007 оныг эргэн харж, хураангуй дүгнэлт хийхийг хүсэж байна. 2007 он бол “Apple”-ийн хувьд жирийн нэг жил байсангүй. Үнэхээр гайхамшигтай бүтээгдэхүүнүүдийг бид зах зээлд нийлүүлээ. Үүнд гайхамшигтай “iMac”, цоо шинэ “iPod”, хувьсгал авчирсан “iPhone” гэх мэт. Мөн Leopard нь 2007 онд бидний хийсэн бас нэгэн том ажлын нэг юм. Үнэхээр гайхалтай программ хангамж.</p>	2007
<p>2007 он бол “Apple”-ийн хувьд үнэхээр ээлтэй жил байлаа. Тийм ч учир энэ завшааныг ашиглаад би хэрэглэгч та бүхэндээ баярлаж буйгаа хэлмээр байна. Бид хэрэглэгчдээсээ үнэхээр агуу, том дэмжлэгийг хүртсэндээ туйлын их баяртай байна. Ингээд, 2007 оныг гайхалтай болгож өгсөн та бүхэнд баярлалаа</p>	Баярлалаа
<p>Би та бүхэнтэй 4 зүйлийн талаар яримаар байна. Яриагаа “Leopard”-аас эхэлье. “Leopard”-ыг, эхний 90 хоногт л гэхэд бараг 5 сая гаруй компьютерт суулгаж, борлуулсанаа хэлэхэд тун таатай байна. Энэ нь урьд урьдны Mac Os X-ийн хамгийн амжилттай хувилбар болж байгаа юм.</p>	5 000 000 хувилбар

Үг болон слайд дээр гарах тоог сайтар ажиглана уу. Дэлгэцэн дээр гарах тоо нь Жобсын хэлэх үетэй яг таарч байгаа юм. Жобс “Бид хөгжмийн тухай ярих болно” гэж хэлэхэд, танхимд суусан хүмүүс дэлгэцэн дээр цорын ганц “Хөгжим” гэх үгийг л олж харна. Дүгнэвэл, Жобсийн үзүүлэнд слайданд байх үг нь түүний өгүүлэмжийг тэтгэх зорилготой байдаг байна.

Хэрэв та илтгэл хийж байхдаа нэгэн чухал мөчийг тодорхойлоход, харин энэ үед слайдан дээр хэт их үг, тоо байх юм бол, таны сонсогчид, таны ярьж буй зүйл болон слайд дээрх зүйлд анхаарлаа зэрэг хандуулах гэж үнэхээр их хүч хөдөлмөр зарцуулах болно. Өөрөөр хэлбэл олон үг агуулах слайд нь сонсогч, үзэгчдийг төөрөгдүүлдэг байна. Харин энгийн слайд нь хүний анхаарлыг хаашаа чиглүүлэх ёстой, тийшээ чиглүүлж чаддаг байна.

Судлагаа

Ямар нэгэн үзэл бодол дээр бус харин практик дээр бүрэн үндэслэсэн судалгаа нь, ямар нэгэн илүү дутуу үггүй слайд нь ямар ч үзэгчидтэй холбогдох хамгийн нөлөөтэй арга гэдэгийг нотлосон байна.

“Ямар нэгэн тайлбарыг үг болон зургаар зэрэг тайлбарлах нь ганц үгээр тайлбарласнаас хамаагүй нөлөөтэй байдаг” хэмээн Доктор Маер бичиж байна. Түүнийхээр бол, ямар нэгэн хүн ‘зураг+текст’ бүтэцтэй зүйлсийг цээжлэхэд хамгаас амархан байдаг гэнэ.

“Хүнд, мультимедиа (зураг, бичлэг, дуу, г.м) ашиглан тайлбарласан зүйл хамгаас илүү тогтоогддог. Хамгийн гол нь энэ бүхэнд ашиглах мультимедиа баримтууд нь ярих үетэй ч яг зохицож байх учиртай. Мультимедиа тайлбар ярих агшинтай зохицохгүй бол ямар ч нөлөөгүй байдаг” хэмээн Маер зөвлөж байна.

Туршилт болгож, Маер нь өөрийн оюутнууддаа янз янзын мэдээллийг өгч, дараа нь ойлголт нь энэ мэдээллийн хэдэн хувь нь үлдсэн байгааг шалгажээ. Тухайн текстэнд тохирсон зураг болгоныг хажууд нь өгүүлсэн өгүүлэмжийг уншсан оюутнууд нь дан текст уншсан оюутнуудаас 65 хувийг илүү тогтоож чадсан байна. Тархи хэрхэн ажилладаг тухай сайн мэддэг хүнд бол энэ үзүүлэлт нь тийм ч гайхмаар сонин зүйл биш. Учир нь тэд тархи нь хэл ярианы болон дүрсэн хэлбэрээр мэдээллийг зэрэг хүртэхэд тархинд маш хүчтэй холбоосууд бий болдгийг мэддэг байна.

Мөн, Маерын зөвлөж байгаагаар “Ингэж мультимедиа ашиглан тайлбарлаж байх үед, тухайн тайлбарлагчийн үг нь аль болох энгийн байх нь тун чухал” гэнэ. “Үгээр мэдээлэл дамжуулахдаа, өөрийн үгээр хэлэх нь зүгээр слайд дээрх мэдээллийг уншсанаас хамаагүй нөлөөтэй байдаг. Гэвч үг нь хэт их болох тусам тархины хормын төдийд мэдээлэл тогтоох чадвар нь холилдож, мэдээллийн нөлөө багасаж эхэлдэг. Тийм учир мультимедиа тайлбар хийхдээ аль болох бага үг, аль болох бага мультимедиа ашиглах нь тустай” гэж Доктор Маер хэлжээ.

Жобсын үг	Жобсын слайд
Бид та бүхэнд "Genius" гэдэг нэгэн гайхалтай функцийг танилцуулах гэж байна.	Genius.
"Genius" нь таны дүү хөгжмийн цуглуулганаас хоорондоо хамгийн тохирох дуунуудын жагсаалтыг бүтээгч юм үүний тулд ердөө ганц л товчлуур дарахад хангалттай. Энэ функц нь таныг, өөрийн дууны санг арай өөрөөр харахад, шинээр судлахад тус болох юм.	Нэг товчлуураар өөрийн дууны сангийн дуунуудаас хоорондоо тохирохыг дуунуудын жагсалтыг бүтээх боломж.
За тэгэхээр "Genius" гэж нэг иймэрхүү зүйлийг хэлээд байгаа юм. Бүгдээрээ Боб Диланээр жишээ авъя, Боб Диланы дууг сонсодог гэж төсөөлье.	"Itunes"-ийн нүүр хуудас, дууны нэр тодорхойлогдсон хуудасны дүрс.
Доод буланд байгаа Genius товчийг харж байна уу. Энэ товч дээр дарахад - Бүүм!, та Genius дууны жагсаалтыг бий болгоно. Мөн хажуу дэлгэцэнд "Itunes"-ээс санал болгосон, таны дуунуудад тохирох дуунуудыг харж болно.	Өнгөтэй дүгуй "Genius" товчийг тодорхойлоно
Энэ нь яаж ажилладаг вэ? гэвэл, "Genius" товч нь нэг үгээр таны дууны санг судлах боломжийг бидэнд өгдөг юм. "Genius" товчийг дарахад таны дууны сангийн мэдээлэл "Itunes"-д ирдэг ба үүндээр үндэслэн тохирох дуунуудын алгоритмыг бид бий болгодог юм.	"Itunes"-ийн логоноос "Genius" руу сум заана.
Бид зөвхөн өөрсдийн мэдлэг чадварыг танд зориулсан дууны жагсаалт болгоход ашиглаад зогсохгүй, бидэнд мэдээллээ ирүүлсэн сая сая хэрэглэгчийн туршлагийг ч гэсэн ашигладаг юм. Тэд мөн адил яг л тань шиг "Genius" товчийн тусламжтай дууны сангийн мэдээллээ бидэнд явуулдаг юм.	Олон "Itunes"-ийн логоноос "Genius" руу сум заана.
Үүнээс гадна, "Genius" нь олон хүний мэдээлэл авах тусам үлэм ихэвчлэг болдог юм.	"Genius" гэх лого Ухаалаг гэх логогоор солигдоно.

Эцэст нь бид бүгд үүнээс хожигч байгаа юм. Дууны санг дүгнэж дуусаад, шинэ дууны жагсаалт нь зөвхөн таны дууны сангийн хүрээнд байна. Дууны сандаа мянга мянган дүүтэй, бүх дуугаа сонсож, бүх дуугаа судлаж амжадаггүй хүнд энэ нь яг тохирох юм.	"Itunes"-ээс "Genius", "Genius"-ээс "Itunes" гэх замаар явах тойрог харагдана.
Ингэж та өөрийн дууны сангаас хоорондоо тохирох дуунуудын жагсаалтыг бий болгоно. Үүнийг "Itunes" л хийж чадна.	

Маш энгийн ойлгомжтой үг, ердийн программ ашиглан хийж болох график, хөдөлгөөнт дүрс - энэ бүгд л Жобсын илтгэлийн гол жор нь юм. Ямар ч ид шидийн, онцгой зүйл энд үгүй.

Өрсөлдөгч нар нь USA TODAY сониныг эхэндээ "MAC-сонин" хэмээн шоолонгуй хэлдэг байжээ. Учир нь сонины мэдээлэл нь яг л "Apple"-ийнх шиг маш товч, зурагаар баялаг, цөөн текст агуулсан байсан болоод тэр. (Тухайн үед сонин дээр аль болох их текст байдаг байсан). Тэгвэл, одоо өрсөлдөгч нар нь шоолохоо больж харин өөрсдөө түүний замаар явах болжээ. Яагаад гэвэл уншигчид өнгөтэй мэдээлэл, ойлгомжтой график, зурагтай сонинд, дан текстээс илүү дуртай байдгийг ойлгосон болохоор тэр. 1982 онд USA TODAY гарч эхлэснээс хойш, олон ч сонин өөрсдийн сонингийн хэв маягийг өөрчилж, зураг хөрөг, ойлгомжтой байх тал дээр анхааран текстийг аль блох бага, ойлгомжтой бичдэг болсон юм.

Дүрсний хүчтэй нөлөө

Одоо бол та өөрийн бүх хуучин илтгэл, слайдуудыг компьютерээсээ устгасан байх гэж бодож байна. Устгаагүй бол устгахыг зөвлөж байна. Ямар нэгэн байдлаар таньд дахиж саад болохгүй байхын тулд. Дүрсэн мэдээлэл нь ямар их хүчтэй нөлөөтэй байдаг нь тогтоогдоод маш удаан хугацаа өнгөрч байгаа учир эрдэмтэн судлаач нар хүртэл үүнд шинэ нэр томъёо олсон байна. “Дүрсний хүчтэй нөлөө”. Эрдэмтэдийн судлагаагаар дүрсэн мэдээлэл болон үгэн мэдээлэл нь тархинд хоёр өөр замаар очдог байна. Энэ нь тэгвэл бидний илтгэл, танилцуулгад ямар нөлөөтэй вэ? үгээр биш, зургаар давамгайлж мэдээллээ хүргэвэл илүү үр дүнд хүрнээ гэсэн үг!

‘Дүрсний хүчтэй нөлөө’ гэх онолыг боловсруулж байгаа эрдэмтэд энэ нь хичээл сурлага, мэдээлэл дамжуулах хамгийн сайн, нөлөөтэй арга юм гэдэгийг нотолсон. Молекул-биологийн салбарын эрдэмтэн Жон Мэдинагийн хэлсэнээр “мэдээллийг удаан хугацаагаар хадгалахад текстэн болон цээжээр тогтоож олж авах мэдээлэл нь зургаар, мультимедиа хэлбэрээр олж авсан мэдээллээс хамаагүй бага чадалтай байдаг” гэнэ. “Дүрсэн мэдээлэл нь маш их нөлөөтэй, ямар ч хүн гурван өдрийн дараа үгээр олж авсан мэдээллийн 10 хувийг л санадаг. Харин дүрсээр олж авсан мэдээллийн 65%-ийг 3 өдрийн дараа санаж байдаг” гэнэ.

Дүрс нь үгнээс хамаагүй нөлөөтэй байдаг. Яагаад гэвэл үгийг хүний тархи маш олон жижиг зураг хэлбэрээр тархиндаа шингээдэг болохоор тэр.

Стив Жобс зурганд дуртай

2008 оны 6 сарын 9-нд Стив Жобс WWDC-д шинэ “iPhone” 3G-г танилцуулсан юм. Танилцуулгандаа тэрээр 11 слайд ашигласан бөгөөд ‘Дүрсний хүчтэй нөлөө’-г энэ слайдууддаа тод харуулж өгсөн юм. Түүний бүх л танилцуулгын нэг л слайдад үг байсан юм. Энэ нь “iPhone” 3G гэдэг үг. Харин бусад бүх слайд нь тэр чигээрээ зурагнаас бүрдсэн байв.

Стивийн үг	Слайдан дахь зураг
“iPhone”-ий нэг насны ойд бид түүнийг шинэ төвшинд аваачихыг хүссэн юм.	Дундаа нэг асаасан лаатай бялууны зураг.
Өнөөдөр бид та бүхэнд шинэ “iPhone”-ийг танилцуулна. “iPhone” 3G. Бид эхний “iPhone”-оос үнэхээр ихийг сурж авсан. Алдсан алдаагаа ч харж, их ч юм ойлгосон. Тэгвэл одоо энэ бүх суралцсан зүйл, туршлагаа бүгдийг нь нэгтгээд бид “iPhone” 3G-г бүтээлээ. Тэр үнэхээр гайхалтай.	“iPhone” 3G

Тэгэхээр тэр нэг иймэрхүү харагдана (эргэж харан дэлгэц рүү харна). Тэр хуучин загвараасаа илүү нимгэн болсон, үнэхээр сайхан биш байна гэж үү?	“iPhone”-ийг хажуу талаас харуулсан дүрс. Хоосон слайдад тэр үнэхээр нимгэн харагдана. Ингэж хоосон зайг Жобс нь ‘хэр нимгэн бэ’ гэдэгийг харуулахад ашиглаж байна.
Одоо бол түүний арын таг нь тэр чигээрээ пластик. Үнэхээр сайн хийгдсэн.	“iPhone”-ий арын хэсгийн дүрс.
Бат бөх металл товчлуурууд	Хажуу талын дүрслэл, металл товчлуурууд нь харагдана.
Та бүхэнтэй аль хэдийнээ танил болсон гайхалтай 3,5 инч дэлгэц.	Нүүрэн талын дүрс.
Камер	Камерыг томруулж харуулна.
Чихэвчний тусгай оролт, та дурын чихэвчээ ашиглаж болно.	Чихэвчний оролтыг томсгож харуулна.
Дуугаралтыг сайжруулсан. Үнэхээр сайн болсон.	Дээрээс нь харуулна
Тэр үнэхээр гайхалтай. Гарт ч гэсэн яг л захиалсан юм шиг барьцтай таарна. Надад итгээрээ.	Анхны дүрс болох хажуу талын хэсэг харагдана
Энэ бол үнэхээр гайхамшигтай төхөөрөмж – “iPhone” 3G	“iPhone” 3G

Яг энэ мэдээллийг өөр хүн бол бүгдийг нь нэг слайдад багтаах байсан биз. Энэ бүгдийг нэг слайдад хийсэн бол ямархуу харагдах байсаныг доор үзүүлээ. Жобсийн 11 слайд, аль эсвэл жагсаалт, дугаарлалтаар дүүрэн 1 слайдын аль нь таньд илүү сэтгэгдэл төрүүлж байгааг та өөрөө дүгнээрэй:

iPhone 3G :

- Хажуу талаараа нимгэн.
- Пластикан таглаа
- Бат бөх металл товчлуур
- 3.5 инч дэлгэц

- Камер
- Дурын чихэвч орох оролт.
- Аудио дуугаралт сайжирсэн.

Стив Жобс, “MacBook Air” буюу “дэлхийн хамгийн нимгэн компьютер”-ийг тайнлцуулахдаа нэгэн слайдан дээр дугтуйны хайрцаган дахь “MacBook Air”-ээс хажууд байх энгийн компьютер хэд дахин зузаан байгааг харуулсан дүрсийг үзүүлжээ. Ингээд л болоо, ямар ч үг хэрэглэлгүй Жобс зорилгодоо хүрлээ. Тэрээр хүрэлцэн ирэгсдэд дэлхийн хамгийн нимгэн гэдгийг дугтуйн дотор хийж баталлаа, ямар ч илүү дутуу тайлбар байхгүйгээр зүгээр л бүхнийг тов тодорхой тайлбарлаж өгөх зураг! Техникийн бараа бүтээгдэхүүний слайдууд ямар байдгийг би сайн мэднэ, харин тэгвэл Жобсийн слайд нь энэ бүхнээс тэс ондоо байдаг юм. Хамаагүй илүү, түүний слайд, танилцуулга нь тэр чигээрээ урлаг. Фонт, өнгө, стилийн төгс хослол байдаг.

Доорх зураг бол “Macbook Air”-ийн танилцуулганы зураг. Түүний ихэнхи илтгэл, танилцуулгууд нь хоорондоо төстэй, зураг давамгайлсан байдаг. Жобс илүү ихийг сонирхосон, техник үзүүлэлт илүү голчилсон үйлчлүүлэгч нараа “Apple”-ийн вэб хуудсанд хандахыг зөвлөдөг. Учир нь түүнд ямар нэгэн техник хэллэг, хэрэглэгчдийг үргээх техник үзүүлэлт, тоо баримтыг олны өмнө ярьж хэрэглэгчдээ айлгах хэрэг байхгүй. Дүрс, зураг, энэ л түүний илтгэлд бий. Яг энэ мэтээр техникийн бараа бүтээгдэхүүнүүдийг танилцуулна гэдэг нь үнэхээр нөлөөтэй юм.

Үггүй, дан зураг харуулан санаагаа хүргэнэ гэдэг нь үнэхээр хэцүү, маш их итгэлтэй, ажлаа мэддэг хүн л хийх ажил. Слайднаас текст харах ямар ч аргагүй, зөвхөн зургаар слайдаа баяжуулсан бол та юу ярих, хэзээ ярих, ярих сэдэвийн зохион байгуулалтыг маш сайн бэлдсэн байх учиртай. Харин Жобс нь өөрийн санаагаа маш энгийнээр, ойлгомжтой, бас итгэл төгс хүргэдгийг санааарай.

Дэндүү олон тоон үзүүлэлттэй, маш олон мэдээллийг нэг слайдад багтаасан, өнгө загвар, фонтын ямар ч хослолгүй, харахаас ч дургүй хүргэм слайд. Техникийн барааг ингэж сурталчилж болохгүй. Ийм слайднаас авч үлдэх мэдээлэл ховор.

Энгийн бүхэн агуу

Аливаа зүйлийг энгийн хэлд шилжүүлж хүнд ойлгуулж чадахгүй бол тухайн хүн өөрөө бүрэн ойлгоогүйн шинж.

-Альберт Эйнштейн

Энгийн байдал нь Жобсийн слайднаас эхлээд, бараагаа сурталчилахад сонгодог үг болгоноос нь харагддаг. Яг л слайдтай нь адил, түүний хэрэглэх үг, үгний сонголт нь ямар нэгэн илүү үг, хэрэггүй утга санааг агуулдаггүй! Жишээ нь, 2008 оны 10 сард, “Apple” нь байгал орчинд ээлтэй “Macbook”-ын загваруудыг олонд нээсэн билээ. Тэгвэл доор байрлах хүснэгтийн зүүн талд нь техникийн талаас зөв ч хэт нуршуу үг, харин баруун талд нь Жобсийн өөрийнх нь

ХЭЛСЭН ҮГНҮҮДИЙГ ХАРАН АЖИГЛАЦГААЯ.

Жобс нь урт, нуршуу өгүүлбэрийг, хэнд ч ойлгомжтой, 140 тэмдэгт шаардах Твиттерийн статуст хүртэл багтахаар болгож өгдөг. Ийм жижиг өгүүлбэрүүдийг цээжлэхэд тун амархан байдаг. Доор мөн адил Жобсын хэрхэн танилцуулах байсан болон бусад хүмүүс хэрхэн танилцуулдагыг харьцуулав.

Жобсийн хэлж болох байсан үг	Жобсын хэлсэн үг
"MacBook"-ийн шинэ загварууд нь "Energy Star"-ын хатуу шаардлаган доор хийсэн. Ямар нэгэн галыг дэмжих материал огт агуулагдаагүй. Хамгийн нарийн кабельд хүртэл поливинилхлорид ашиглаагүй ба корпус дээр нь байрлах логоны LED гэрэлтүүлэгт мөнгөн үс агуулагдаагүй.	Энэ бол экологийн цэвэр бүтээгдэхүүн юм.
"MacBook Air" нь хамгийн нимгэн хэсэгтээ 0.16 инч, харин хамгийн зузаан хэсэгтээ 0.76 инчийн өндөртэй.	MacBook Air нь дэлхийн хамгийн нимгэн компьютер
"Time Capsule" нь 802.11 base station-г сервертэй автоматаар холбож байдаг. Хамгийн сүүлийн үйлдлийн систем болох Leopard дээрх бүх юм автоматаар хадгалагдаж байна гэсэн үг.	Time Capsule-ийг ашиглан та хэд хэдэн товчлол дараад л – АМЖИЛТ. Таны гэрийн бүх макинтиошууд хадгалагдана.
Mac Os X нь мультитаскинг, зэрэгцээ ажиллах мульти-процессортой. Мөн "Apple"-ийн хамгийн сүүлийн үеийн шинэ Quartz 2D графиктай.	Mac Os X нь өнөөг хүртэл техникийн салбар дээр хамгийн сайн компьютер юм.

“Энгийн Англи Хэл” – ажиллагаа

1979 оноос нэгэн британийн байгууллага англи хэлийг аль болох ойлгомжтой байлгах зорилготой аян зохиож байгаа. Төр, компани, хууль гээд мэргэжлийн хэллэгийг аль болох ойлгомжтой болгох зорилготой аж. Ямар ч хүн уншаад энгийнээр ойлгоход туслах аж. Энэ байгууллагын сайт нь хэцүү хэлц, тодорхойлолтуудыг маш энгийнээр тайлбарласан маш олон жишээтэй.

Ингээд харахад тэмдэглэгээ, и-мейл, илтгэл гээд бүх л зүйлийг энгийн үг хэллэгт шилжүүлж болдог. Мөн энгийн байдал гэдэг нь дан ганц слайд дээр байх үгнээс биш, харин таны амнаас гарах, сонгож авах үгэнд ч гэсэн хамаатай гэдэгийг сана.

Зар сурталчилгааны мэргэжилтэн, олон номны зохиолч Пол Ардены хэлсэнээр: “Үзэгч, та бүхнийг харахаар илтгэлд ирдэг болохоос, дэлгэцэн дээр гарах слайдны үгийг унших гэж ирдэггүй юм. Үзэгчдийг өөрийн хурц ухаанаараа байлдан дагуулья гэвэл ердөө маш энгийн зургийг зурж, үзүүлж тайлбарла. Таны илтгэл чинь хэдий чинээ аятайхан байна, төдий чинээ олон хүний ой санаанд үлдэх болно”

Леонардо Да Винчигийн хэлсэнээр “энгийн бүхэн агуу” байдаг. Дэлхийн түүхэнд тодоор үлдсэн Да Винчи нь энгийн байдлын цаана ямар их хүч нуугдаж байдгийг эрт ойлгосон нь тэр байжээ. Үүнийг ч гэсэн Стив Жобс аль эрт л ойлгосон байсан учир хамгаас энгийн мөртлөө хамгаас алдартай илтгэл, танилцуулгуудаа хийдэг байсан байна.

Санамж

* Жагсаах, тоочихыг слайд дээр хэзээ ч битгий оруул. Жагсаалт нь ном сурах бичиг, бичиг баримт дээр л байдаг. Мэдээж тэд үнэхээр сайн мэдээллийг зохион байгуулдаг ч гэсэн илтгэлд бол зураг, дүрсийг орлох зүйл үгүй.

* Нэг слайдад зөвхөн нэг мэдээллийг агуулахийг зорь. Зургаар мэдээллийн санааг дэмжиж өг.

* Энгийн байхад л хангалттай. Слайд хийхэд гайхалтай зураач, хамгийн сайн дизайнер хэрэггүй. Зураг хэт их орсон слайд ч гэсэн сөрөг үр дагавартай гэдэгийг санаарай.

Тоо баримтыг хувирга

Өнөөдрийг хүртэл бид 4 сая “iPhone” зарсан байна. 200 өдрийн өмнө худалдаанд гарсанийг бодож үзвэл, 4 саяыг 200-д хуваагаад, 1 өдөрт 20,000 “iPhone” зарсан байгаа юм.

-Стив Жобс.-

2001 оны 10 сарын 23-нд “Apple” хөгжмийн зах зээлийг хувьсгалд хүргэх тийм л бүтээгдэхүүнийг олны өмнө танилцуулсан билээ. Тэр бол “iPod”. 399 доллараар зарагдах энэ төхөөрөмж нь тийм ч үнэтэйд тооцогдохгүй байв. Багтаамж нь 5 гб байсан юм. Үнэндээ, тухайн үе нь жирийн нэгэн хөгжим сонсогч нь 5 гб-ийн их багыг ойлгодоггүй тийм л байсан цаг үе билээ. Тийм ч учир, арай ойлгомжтой байлгахын тулд “iPod”-ийг танилцуулах илтгэл дээр Жобс, энэ 5 гб гэдэг тоог хувиргаж, дүрийг нь өөрчилж танилцуулав. Тэрээр 5 гб нь 1000 дуунд хангалттай хүрнэ гэж хэлсэн юм. 1000 дуу гэдэг нь арай чихэнд ойр сонсогдож байгаа ч гэсэн энэ цифр нь сонсогчдын чихэнд тийм ч үнэмшилтэй сонсогдохгүй нь илт байв. Яагаад гэвэл 5 гб-аас их хэмжээтэй төхөөрөмжүүдийг аль хэдийнээ бусад компаниуд нийлүүлээд эхэлчихсэн байсан болохоор тэр. Гэвч Жобс “iPod”-ийн гайхамшиг дуусах болоогүй байгааг үзэгчдэд санууллаа. Тэрээр илтгэлээ үргэлжлүүлэн, шинэ “iPod” нь ердөө 185 гр жинтэй бөгөөд, халаасанд багтах жижиг хэмжээтэй гэж хэлжээ. Ингээд Жобс өөрийн халааснаас “iPod”-ийг гаргаж ирэхэд үзэгчид дуу алдсан юм. “iPod”-ийн сурталчилгааны гарчиг - “1000 дуу - халаасан дотор”.

Ер нь аливаа цифр нь ижил төстэй, илүү ойлгомжтой юмаар орлуулж хэлэхээс нааш ямар ч хүний ой тойнд тийм ч амархан буудаггүй. Тийм учраас, аливаа хүнд цифрийн цаадах утга учрыг нь ойлгуулах хамгийн шилдэг арга бол тухайн хүний мэдэх юмтай холбож хэлэх явдал юм. 5 гигабайт - таны хувьд ердөө хоосон үг мэт сонсогдож болох боловч, “1000 дуу халаасан дотор”, энэ нь хөгжмийг шинээр мэдрэх боломжийг харуулж, ойлгуулж байгаа юм.

Жобс нь аливаа цифрийг хувиргаж сонсогчиддоо, үзэгчиддээ цифрийн утга учрыг ойлгуулдаг. “Rolling Stone”-ий сурвалжлагч Жефф Гуделл нэгэн удаа Жобсоос, АНУ-гийн компьютерийн зах зээлийн ердөө 5%-ийг “Apple” эзэлж (энэ ярилцлага нь 2003 онд болсон бөгөөд, тухайн өдрөөс хойш “Apple”-ын хувь 10 болтлоо нэмэгдсэн байгаа) байгаа талаар юу бодож явдгийг асуусан юм. Жирийн хүнд бол 5% маш өчүүхэн тоо мэт санагдах нь тодорхой. Тэгвэл Жобс энэ тоог хувирган, ийм зүйлээр орлуулан хариулт өгчээ. “Үнэнийг хэлэхэд манай компанийн зах зээлд эзлэх хэмжээ нь, Mercedes болон BMW нар автомашины зах зээл дээр эзэлж байгаа хувиас хамаагүй их юм шүү”. Үүнийг сонсохоос өмнө хэн ч Mercedes болон BMW-г зах зээлд ийм бага хувийг эзлэж байгааг бодож үзээгүй биз. Бүгд л тэдний бүтээгдэхүүн маш их эрэлттэй байдгийг мэднэ. 5% гэдэг цифр нь бага санагдаж болох, харин Жобс үүнийг автомашины зах зээлтэй харьцуулан харуулахад бүх зүйл тодорхой болж, илүү сонирхолтой болж ирж байгаа юм.

Хоёр дахин хурдан, хоёр дахин хямд

“iPhone”-ий эхний загвар нь ердийн холболт болох AT&T(EDGE)-ээр интернет орох, мэдээлэл дамжуулахад маш удаан байв. Тийм ч учир “Apple” энэ асуудлыг шийдэхийн тулд ““iPhone” 3G”-ийг гаргахаар болсон байна. Ингээд шинэ утсаа танилцуулж байхдаа, Жобс ““iPhone” 3G” нь өмнөх загвараасаа буюу EDGE холболтоос мэдээллийг 2.8 дахин хурдан ачааллах чадвартайг дурджээ. Үүгээр Жобс нь шинэ утасныхаа хурдыг тайлбарлаад дууссангүй. Илүү ойлгомжтой болгохын тулд Жобс харьцуулалтыг үзүүлсэн байна. “National Geographic”-ин вэб сайтыг хоёр холболтоор зэрэг харуулсан

бөгөөд EDGE холболт нь 59 секундыг бүрэн ачааллаж дуусахад зарцуулсан бол, 3G нь 21 секундыг зарцуулсан байна. Үүнээс гадна, “Apple” нь дахин нэг бэлэг барьж хэрэглэгчдээ баярлуулсан нь, урьдны загвараас 2 дахин хямд зарах болсоноо дуулгасан юм.

Үргэлжлүүлэн Жобс, хэрэглэгчид нь урьдны загвараас хоёр дахин хурдан боловч, хоёр дахин хямд тийм л утас мэндлэснийг зарласан байна. Ихэнхи илтгэгч нар ямар нэгэн тоо баримтыг илтгэлдээ их оруулах юм бол маш их мэдээлэлтэй, маш ухаантай харагдана гэж боддог. Ялангуяа техникийн бараа бүтээгдэхүүн танилцуулах үйл явдал дээр хамгийн ихээр компьютер, техникт донтсон хүн л ойлгох хэлээр ярих нь элбэг. Тэгвэл Жобс нь аливаа тоог энгийн хүнд, жирийн жирийн олон нийтэд ойлгомжтой байлгах талаар аль болох хувиргаж хэлдэг байна. Ойлгомжтойгоор орлуулж хэлдэг учир, цифрийн цаад утга юу болохыг ч сонсогчид нь бүрэн төсөөлж чаддаг байна.

Яг, утга төгс, тайлбартай

Жобс тоо, цифртэй хэрхэн ажилладгийг дахиад хоёр жишээн дээр авч үзье. 2005 оны 2 сарын 23 нь “Apple” өөрийн “iPod”-ны гэр бүлд шинэ гишүүнийг нэмсэнээ зарлах өдөр байв. Энэ шинэ загварын “iPod”-ны багтаамж нь 30 гб. Ихэнхи хэрэглэгчид, үзэгчдэд нь энэ тоо яг юу илэрхийлж байгаа нь тодорхойгүй, мэдээж 30 гб нь 8 гб-аас их гэдгийг хэн ч ойлгож байгаа ч яг 30 гб-ийн ард ямар утга агуулагдаж байгааг ойлгох жирийн хэрэглэгч тун цөөхөн байгаа нь илт байв. Энэ удаа ч гэсэн Жобс, өөрийн сосногчдынхоо хэлээр энэ бүх тоог тайлбарласан байна. Тэрээр, 30 гб гэдэг нь 7500 дуу, 25000 зураг, эсвэл 75 цагийн видео файл багтаах боломжтой хэмээн тайлбарласан юм. Түүний тайлбар нь ч хэн бүхэнд тодорхой байлаа, учир нь тэрээр танхимд хуран цугларсан хүн болгонд, ер нь ямар ч хүний амьдралд тодорхой хэмжээний чухал байр суурийг эзлэх дуу, зураг, бичлэг дээр үндэслэн тайлбараа хийсэн болохоор тэр.

Хоёрдахь жишээ бол “Macworld 2008” дээр, Жобс, “iPhone”-ийн худалдаанд гараад 200 өдөр болсоныг тодорхойлж хэлсэн тайлбар байлаа. Жобс: “Бид 4 сая “iPhone” борлуулж чадсаныг хэлэхэд үнэхээр

таатай байна” хэмээн хэлэв. Тэр ингээд л “4 саяыг зарсан” гэж хэлээд л зогсож болох байсан, түүнээс өөр хүн, өөр ямар ч илтгэгч байсан ингээд л зогсох байсан биз. Гэвч Жобс үргэлжлүүлэн: “200 өдрийн өмнө худалдаанд гарсаныг нь тооцвол, 4 саяыг 200-д хуваагаад, нэг өдөрт дунджаар 20 мянган “iPhone” зарсан байгаа юм” хэмээв. (үзэгчид мэдээж гайхаширан, уулга алдаж байсан нь тодорхой). Гэвч Жобс үүн дээр дахиад зогссонгүй. Үргэлжлүүлээд: “Энэ богино хугацаанд гар утасны зах зээлийн 20%-ийг эзэлж чадсан нь үнэхээр том амжилт” хэмээн хэллээ. Тэгтэл, үүгээр ч гэсэн Жобсийн тайлбар дууссангүй, тэр 20%-аа үргэлжлүүлэн тайлбарлана. “Тэгвэл, үүнийг зах зээлийн хувьд авч үзвэл юу гэсэн үг вэ?” хэмээн асуулт тавив. Энэ үед дэлгэцэн дээр АНУ-ийн гар утасны зах зээлийн байдлыг харуулсан дүрс гарч ирлээ. Энд RIM, PALM, NOKIA, MOTOROLA гэх мэт тэргүүлэгч компаниуд дүрслэгджээ. RIM-ийн Blackberry хамгийн их хувийг эзэлж байсан юм. 39%. “iPhone” түүний араас 19.5 хувьтай. Гэвч энэ бүхэн нь “iPhone” гарсанаас 90 хоногийн дараагийн судалгаа.

Энэ бүх тоо баримт нь яг, утга төгс, бас хэн ч ойлгохоор тайлбартай байсан учир үзэгчдийн зүгээс гайхаширал, бахархал, бүгдийг нь төрүүлж, дэмжлэг авч байсан юм.

Зүйрлэлийн тусламжтайгаар тоо, цифрийг хувирга

“SanDisk”-д, удирдах албан тушаалд ажиллаж байхдаа би 2008 оны “Consumer Electronic Show”-д зориулсан компаныхаа үзүүлэнг бэлдэх хэцүү бөгөөд хүндтэй ажилтай болов. Энэ илтгэлд би “Стив Жобсын аргууд”-ын нэгээс ашиглахыг санал болгосон юм. “SanDisk” нь зөөврийн санах ой хийдэг (Flash) компани юм. Тнэ арга хэмжээнд ердийн гар утасны “MicroSD”-ны (утасны memory card) хоногонд таарах тийм л жижиг санах ойг танилцуулахаар зэхэж байлаа. Энэ нь үнэхээр бага хэмжээ. Гэвч, хамгийн гол нь “SanDisk”-ийхэн энэ өчүүхэн хэмжээнд 12 гб багтаамжийг суулгасан байсан нь гол ‘сюрприз’ байв. Гэвч, энэ тоо нь компьютерийн салбарт бүх шинэ гарсан төхөөрөмж болгоныг ээлжилж авдаг жинхэнэ компьютерийн хорхойтнуудын л

анхаарлыг татахаар байв. Тэгвэл энэ бүхнийг жирийн хүмүүст хэрхэн тайлбарлах вэ? Ингээд бидэнд энэ тоог “хувиргах”-аас өөр арга байсангүй. Эцэст нь, бидний илтгэл нэг иймэрхүү болов:

“Өнөөдөр бид, гар утсанд зориулсан 12 гб картыг танилцуулах гэж байна. Энэ жижигхэн төхөөрөмж дотор 50 сая транзистор байгаа гэвэл та итгэх үү? Тэгвэл үүнийг транзистор биш, шоргоолж байна хэмээн төсөөлье. Бүгдэнг нь цувруулан зогсвол эд нар нь дэлхийг хоёр удаа бүслүүрээр нь тойрох тийм л урттай болж чадах юм. Тэгвэл, энэ нь таны хувьд юуг илэрхийлэх вэ? 6 цагийн бүрэн хэмжээний кино хадгалахад бүрэн боломжтой ба, энэ нь сар руу нисээд, буцаж дэлхийд буух хүртэл таныг дуугаар тасралтгүй хангаж чадах тийм л их дууг багтааж чадах багтаамж юм.”

12 гб гэдэг нь тухайн хүн өөрөө энэ багтаамжтай юу хийж болохыг мэдэхээс нааш хэнд ч сонирхолгүй. Бид дэлхийг бүсэлхийгээр нь хоёр дахин тойрч чадах шоргоолжнуудтай, тэдний шинэ картанд нь орсон 50 миллиард транзисторуудыг зүйрлэхэд “тоог амилуулах арга” ашиглагдсан юм. Зүйрлэл нь ондоо нэг юмаар нөгөөг төсөөлүүлэх замаар мэдээллийг өгч байдаг.

Хүргэх гэсэн санаа хэдий хэцүү байх тусам, тэр санааг зүйрлэж, ойлгоход амар болгох нь зайлшгүй хийх хэрэгтэй алхам. Жишээ нь, 2008 оны 11 сарын 17-нд “Intel” өөрсдийн шинэ Core i7 процессорыг танилцуулсан билээ. Энэ нь техникийн салбарт маш том үсрэлт байсан бөгөөд, ердөө ганц жижиг цахиур хавтан дээр 730 сая транзистор багтаасан байсан юм. Инженерүүд, эрдэмтэд энэ технологийг үнэхээр “гайхамшиг” хэмээн тодорхойлж байлаа. Үүнд ч гайхах зүйл байхгүй, учир нь тэд инженерүүд болохоор тэдэнд сонирхолтой байгаа нь тодорхой. Тэгвэл энэ технологийг жирийн хүн, жирийн хөрөнгө оруулагчид хэрхэн ойлгоно гэж? Тэдний гол хувьсал, шинэ технологи нь юун дээр оршиж байна гэж? Энэ мэт асуултанд, “Intel”-ийн шинжилгээний албаны Жон Бартон “тоо хувиргах” аргыг ашиглан ойлгомжтойгоор тайлбарлажээ.

“Нью-Йорк Таймс”-т өгсөн ярилцлаган дээр, тэрээр: “intel” нь 27 жилийн өмнө хийж байсан процессортоо 29000 транзистор хийдэг

байсан. Харин тэгвэл i7 процессорт, яг урьдны хэмжээтэй талбайд 730 сая транзистор байрласан байгаа. Өөр үгээр тайлбарлах юм бол: “Итака нь “Нью-Йорк” мужид байрлах

жирийн нэг хот. 29000 хүн амтай, харин Европ тив 730 сая хүн амтай. Тэгвэл Итакагийн хүн амыг 730 сая болговол тэр яг л Европын хэмжээтэй болно. Тийм учир бид Итакагийн хүн амыг ихэсгэж, их талбай эзлэхийн оронд, Европын 730 сая хүнийг Итакад багтахад нь анхаарсан гэсэн үг” гэжээ.

Смитийн тоо

Аливаа салбар болгон өөрсдийн гэсэн тоо баримттай байдаг ч түүнийг нь илтгэх хүмүүс Жобс шиг “тоог хувиргах” үйлдэлийг ашиглах нь тун ховор. Ингээд доор, зарим хүмүүс, компаниуд нь Жобсийн илтгэл болгондоо хийдэг “аливаа тоог утгатай болгох” аргыг хэрхэн хийдгийг ажиглая.

1000 триллион гэж юу вэ?

2008 оны 6 сарын 9-нд “IBM” нь хэвлэл мэдээллийн хурал дээр дэлхийн хамгийн хурдан компьютерийг гаргахаар төлөвлөж байгаагаа зарласан юм. Энэ шинэ компьютерийн нэр нь “RoadRunner” бөгөөд тэр үнэхээр хурдан, 1 секундэнд 1 петафлоп хийх хурдтай гэнэ. Петафлоп?, Петафлоп гэдэг нь 1000 триллион тооцооллуурыг хэлдэг юм. “IBM” нь энэ тоо нь ямар ч утгагүй, олонхи хүмүүсийн хувьд харь гаригийн мэт сонсогдоно гэдэгийг мэдэж байсан учир, танилцуулахдаа ийм тайлбарыг нэмж өгсөн байна:

“Петафлоп - энэ нь хэр хурдан гэсэн үг вэ? Энэ нь маш их компьютер гэсэн үг юм. Орчин үеийн 100000 нотебүүк гэсэн үг юм. Таньд “RoadRunner”-ийг гүйцэхийн тулд, давхарлаж тавьбал 2,5 км өндөртэй болох тийм л их нотебүүк хэрэг болох нь. Өөрөөр, дэлхийн бүх иргэн, 6 тэрбум хүн зэрэг, тооны машин дээр 1 секундэд нэг тооцоо хийлээ гэж бодоход, “RoadRunner”-ийн 1 өдөрт хийдэг тооцоог 46 жилийн дараа л хийж дуусгах юм. Хэрэв, автомашины салбар, өнгөрсөн он жилүүдэд, компьютерийн зах зээл шиг хувьсан өөрчлөгдсөн бол бид өнөөдөр 1 литр бензинээр 70000 километр газар явах байсан биз”

Энэ харьцуулалт нь маш сонирхолтой байсан учир хэвлэл мэдээллийнхний анхаарлыг ч гэсэн татаж чадсан байна. Google руу ороод “IBM+RoadRunner+1.5 миль” гэх хайлтыг хийх юм бол, та “IBM”-ийн яг энэ зүйрлэлийг ашигласан 20000 мянган хайлтын үр дүнг олж харах юм. “IBM” нь ингэж цифрийг сонирхолтой хэлбэрээр, хүмүүсийн дунд ам дамжин яригдахаар хүргэсэн юм даа.

Нэг тэрбум доллар

Тоо нь их байх тусам түүнийг сонсогчиддоо зориулан хувиргах нь зайлшгүй байх ёстой зүйл. Жишээ нь 2008 оны 12 сард АНУ-ын бага хурал нь банк болон санхүүгийн байгууллагуудад 700 тэрбум долларын тусламж өгөх болсоноо мэдэгдсэн байна. 700 тэрбум доллар гэдэг нь долоогийн ард арван нэгэн тэг байна гэсэн үг юм. Энэ тоо юу болохыг, энгийн хүн, ер нь ямар ч салбарын хүн ойлгоход тун бэрх. Учир нь энэ тоо бидэнд юуг ч илтгэхгүй байгаа болохоор тэр. Тэгвэл San Jose Mercury News-ийн Скотт Харрис энэ тоог уншигчиддаа хүргэхийн тулд амьдралд ойр зүйлээр зүйрлүүлсэн байна: “700 тэрбум доллар, энэ бол “Google”-ийн үүсгэн байгуулагчдийн хөрөнгөнөөс 25 дахин их хөрөнгө юм. 700 тэрбум доллараар та 350 тэрбум StarBucks авч болох ба, аль эсвэл 3,5 тэрбум “iPhone”-ийг авч болно. Энэ тоог америкийн хүн болгонд хуваавал нэг хүнд 2300 доллар ноогдох ба, мөн энэ нь 23 сая оюутнуудын сургалтын мөнгийг дааж чадахуйц мөнгөн дүн юм.” Аяга кофе, “iPhone”, сургалтын төлбөр гээд олон салбарын, ямар ч хүн ойлгож болох, хүний амьдралтай ойр зүйлээр төсөөлүүлсэн учир энэ тоо нь утга төгс илэрхийлэгдэж байгаа юм.

Хэрхэн 6 триллион килограммыг жижиг хэсгүүдэд хуваах вэ?

Байгаль орчныг хамгаалах салбарынхан их тоог бусдын амьдралд аль болох ойр зүйлээр зүйрлүүлэн хэлэх нь элбэг байдаг. Яагаад гэвэл тэд их тоог жижиглэж хүн бүрт ойлгуулахгүй юм бол тэд хүмүүсийн байгал орчиноо сүйтгэх муу зуршлыг үгүй хийж чадахгүй нь тодорхой. Учир нь дэлхийн цаг агаар болон дэлхийн газарзүйд гаж нөлөө үзүүлэгчдийг илэрхийлэх тоо нь дэндүү их тоо байдаг болохоор тэр. Жишээ нь, 2006 онд, АНУ нь 6 триллион килограмм нүүрстөрөгчийг гадагшуулсан. Энэ тоо нь танд ямар нэгэн утгыг, мэдрэмжийг төрүүлж байна уу?. Энэ, 6 триллион гэдэг тоо нь бусад орнуудтай харьцуулахад их, бага гэдэгийг, үнэхээр байгалд нөлөө үзүүлэхүйц хэмжээ мөн эсэхийг бид ойлгохгүй. Тийм учир ийм мэдээлэл нь ямар ч хүний зуршлыг өөрчлөхөд хүргэж чадахгүй юм.

Аль Гоорын вебсайт болох ClimateCrisis.org нь энэ “их” тоонуудыг маш энгийн болгож тайлбарласан байдаг. Тэнд байгаа мэдээгээр, америк хүн болгон жилд дунджаар 20000 килограмм нүүрстөрөгчийн оксидыг боловсруулдаг бол байх ёстой ердийн хэмжээ нь 4400 килограмм гэнэ. Энэ мэдээлэл нь одоо илүү тодорхой, ойлгомжтой болж өгж байгаа юм. Ингээд цаашлаад, вебсайт нь энэ тоог хүмүүсийн амьдралд илүү ойлгомжтойгоор, байгаль орчныг сүйтгэх муу зуршлыг нь үгүй хийхэд зорин мэдээлэл хийсэн байна. Нүүрстөрөгчийн оксидын хэмжээг бууруулахгүй бол агаар мандал дахь дулааны урсгал багасаж, эрч хүч нь сулрана. Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл ган болон ойн түймэр их болж, дараагийн 50 жилийн дотор сая гаруй нэр төрлийн амьтан мөхөх аюултай юм байна.

“National Oceanic and Atmospheric Administration”, “NOAA”-гийн эрдэмтэн Сьюзан Соломон “New York Times”-д өгсөн ярилцлага дээрээ хэрэв түлшний шаталт энэ чигээрээ үргэлжлэх юм бол, нүүрстөрөгчийн хаягдлын хэмжээ нь удахгүй 450 сая километр болох юм гэнэ. Тэгвэл энэ тоо бидэнд юуг илэрхийлж байна вэ? Соломоны үргэлжлүүлэн тайлбарласнаар, бохирдлын хэт их байдалд хэт их ган гачиг болж, Австралийн хойд хэсэгээр хур тунадас 10%-иар багасана гэнэ.

Цаг агаарын дулаарлын талаар таны бодлыг мэдэхгүй ч, Аль Гоор болон Соломон гэх мэт хүмүүс нь энэ бүх тоог аливаа хүний амьдралд арай утгатай болгохын тулд “тоог хувиргаж”, иргэн, төрд нөлөө, сануулах дохио, ойлголтыг өгөхийг хүсэж байгаа юм.

Бас нэгэн жишээ авая, та өөрийгөө цусны даралтын талаар ямар ч ойлголтгүй байна хэмээн төсөөлдөө (энэ номыг уншиж буй хүний

99% хувь цусны даралтын талаар ойлголтгүй гэдэгт итгэлтэй байна). Ингээд та эмч дээр очин даралтаа үзүүлэхэд, эмч таньд, таны даралт 220/140 байна хэмээн хэлнэ. Тэгвэл энэ тоо нь бидэнд юуг илэрхийлж байна вэ? Цусны даралтын талаар огт мэдлэггүй хүнд энэ нь бол хоосон үг мэт. Тийм учир энэ тоог ямар нэгэн ойлгоц, утгатай болгохын тулд эмч танд тайлбарыг хийх болно: “Таны даралт 220/140 байна. Бид жирийн даралтыг 120/80 гэж үздэг. Ингээд харвал таны даралт маш өндөр байгаа юм. Ийм өндөр даралттай байх үед та хэзээ ч үхэж болзошгүй.” Ингээд, энэ тоог ийм байдлаар хувиргаж, өвчтөнд ойлголтыг өгч чадаж байна шүү дээ.

Таны ажилладаг салбар тань ямар байх нь гол биш, хамгийн гол нь та тоо баримтыг бусдын

чихэнд зориулан энгийн, тодорхой, утгатай болгохгүй юм бол та ямар ч сонсогчид, үзэгчдийг байлдан дагуулж чадахгүй. Сонсогчдод танил зүйлээр зүйрлүүлэн ойлгуулах нь таны илтгэлийг нөлөөтэй болгох бас нэгэн том арга техник юм.

Санамж

- * Өөрийн илтгэлийн гол сэдэвийг барих тийм тоо баримтыг сонгож ав. Харин энэ тоо цифрээ сонсогчиддоо хүргэхдээ сайтар бод, аль болох “хувирга”. Тооны сонголт ч гэсэн их байж болохгүй. Их тоон баримт нь цэгцгүй мэдээллийг үүсгэж, сонсогчдыг ядраана.
- * Өөрийн тоо цифрийг сонсогчдын амьдралд ойр зүйлээр зүйрлүүлэн ойлгуул.
- * Зүйрлэл, төстэй зүйлийг ашиглан тоог хувирга

Содон чамин үг хэллэг ашиглах нь

Компьютертэйгээ холбоод л...Вишшшш! Гүйцээ.

“2001 он, Стив Жобс “Fortune” сэтгүүлд “iPod”-ын дуу дамжуулах зарчмыг тайлбарлаж байгаа нь”

2008 оны WWDC дээр Жобс шинэ ““iPhone” 3G”-г танилцуулсан билээ. Энэ нь хуучны загвараасаа хоёр дахин хурдан болсон гэдэг нь урьдны хуудаснуудад дурьдагдсан. Илүү тодруулбал, шинэ ““iPhone” 3G”-гийн мэдээлэл дамжуулах хамгийн дээд хурд нь 3мб/сек бол, хуучин загвар нь 144 килобит/сек байсан байна. Арай ойлгомжтойгоор тайлбарлавал шинэ, ““iPhone” 3G” нь интернет ашиглахад, том хэмжээтэй видео, файл татахад илүү тохиромжтой болж өгсөн юм. Тэгвэл энэ төхөөрөмжийг Жобс нь олон нийтэд танилцуулахдаа Хуучин “iPhone”-оос илүү ‘шаламгай’ болж хувирсан гэсэн юм.

Жобс нь хэн бүхэнд ойлгогдохоор, ямар нэгэн техникийн хэллэгнээс ангид тийм л хэлээр ярьдаг. Жобс нь ‘шаламгай’ гэдэг үгийг өөртөө үнэхээр итгэлтэйгээр хэлж чадах цөөн хэдэн бизнесменүүдийн нэг юм. Жишээ нь, “Fortune”-д өгсөн ярилцлагад, сурвалжлагч түүнийг шинэ үйлдлийн систем болох Mac Os X-ийн харагдах байдлын (интерфейс) талаар ярихыг хүсэхэд, тэр: “Дэлгэцэн дээрх тэмдгүүдийг бид үнэхээр гоёмсог хийж байгаа. Та бүхний ихэнхи нь бараг хүрэж ч үзмээр санагдана байх” хэмээн хариулсан юм. Хэрэв та, Жобс нь энэ мэтээр байн байн хоосон саймширч, олны анхаарал татахыг хүсдэг гэж бодож болох авч, түүний энэ ‘чамин’ үгнүүд нь таны нүүрэнд инээмсэглэлийг тодруулж өгөх нь гарцаагүй. Тэрээр иймэрхүү хөгжилтэй, сонин, чамин үгнүүдийг бизнестээ үнэхээр их ашигладаг.

Жобс, Гейтс - шалгалт.

“Seattle Post Intelligencer”-ийн Тодд Бишоп нь уншигчдынхаа хүсэлтээр нэгэн жижиг судалгаа хийсэн байна. Тэрээр Стив Жобс болон Билл Гейтс нарын 4 илтгэлийг судласан ба, үүнийг хэл шинжлэлийн программд оруулж хэн нь сайн илтгэгч болохыг харжээ. Энэ программ нь аливаа текстийг 4 гол шалгуураар дүгнэдэг байна:

1. Өгүүлбэр дэхь үгийн тоо /дунджаар/
2. Үгийн хэцүү уншигдах байдал. /амархан уншигдах үгнүүд нь амархан тархинд үлддэг/
3. Урт үгийн тоо /3 болон түүнээс дээш үеэс бүрдсэн үгийн тоо/. Урт үг нь сонсогчдод муу буудаг.
4. ”Мананы индекс”- тухайн текстийг бүрэн ойлгохын тулд хэдэн жилийн боловсролын мэдлэг шаардагдах тухай харуулдаг тоо. Жишээ нь сонины жирийн өгүүлэл нь дунд сургуулийн боловсрол шаарддаг бол эрдэм шинжилгээний сэтгүүл нь дор хаяж 18 жилийн боловсрол шаарддаг гэнэ.

Ингээд, дүгнэж хэлвэл, нийлбэр дүн нь бага байх тусам тухайн текст хүнд ойлгомжтой байна гэсэн үг. За тэгвэл Гейтс болон Жобс нарын илтгэлийн текст энэ программаар хэрхэн дүгнэгдсэнийг харья.

Тайз	Стив Жобс (MacWorld)	Билл Гейтс (International Consumer Elec- tronic Show)
Жобсын 2007 оны MacWorld дээр хэлсэн үг болон Гейтс-ийн CES дээрх илтгэл		
Өгүүлбэр дэхь үгийн тоо /дунджаар/	10.5	21.6
Үгийн хэцүү уншигдах байдал.	16.5%	21.0%
Урт үгийн тоо /3 болон түүнээс дээш үеэс бүрдсэн үгийн тоо/. Урт үг нь сонсогчидод муу буудаг	2.9%	5.11%
Мананы индекс	5.5	10.7
Жобсын 2008 оны MacWorld дээр хэлсэн үг болон Гейтс-ийн CES дээрх илтгэл		
Өгүүлбэр дэхь үгийн тоо /дунджаар/	13.79	18.23
Үгийн хэцүү уншигдах байдал.	15.76%	24.52%
Урт үгийн тоо	3.18%	5.2%
Мананы индекс	6.79	9.37

Дээрхээс дүгнэхэд Жобс нь бүх шалгууруудад Гейтсээс хэд дахин илүү байгаа юм. Жобсийн үг хэллэг нь маш энгийн, ашиглаж буй үг нь хийсвэр биш, өгүүлбэр нь богино байдаг. Жишээ болгож 2007 оны илтгэлийнх нь хэдэн хэсгээс харуулья.

Стив Жобс (MacWorld)	Билл Гейтс (CES)
Та бүхэн намайг яг жилийн өмнө энэ индэр дээр зогсоод, intel-ийн процессорыг бүтээгдэхүүнүүддээ сүүлगाхаар болсон гэж зарласныг санаж байгаа байх. Энэ нь тэгвэл яг л “тархи шилжүүлэн суулгах мэс ажилбар” мэт байсан юм. Би мөн, тухайн үед үүнийг 12 сарын дотор хийнэ хэмээн зарлаж байсан, тэгвэл бид энэ ажилаа 7 сарын дотор дүүсгэсэн гэдэгийг хэлэхэд таатай байна. Энэ нь манай салбарын хамгийн “цэвэрхэн” мэс ажил байсан гэж хэлж болно.	Одоо, процессоруудад 64 битын өргөнтэй санах ойг суулгах цаг мөч тун удахгүй ирээд байна. Бид, энэ шилжилтийг ямар нэгэн хамтрагчгүй, ямар нэгэн мөнгө санхүүгүйгээр хийж байгаа юм. Хуучин 32 битийн программууд тэр хэвээрээ ажиллах ч, хэрэв танд илүү том санах ой хэрэгтэй бол үүнийг ашиглаж болох юм.
Одоо би таньд “Itunes”-ийн талаар нэгэн маш сонирхолтой юмыг хэлье... Бид одоо өдөрт бараг 5 сая дүү “Itunes”-ээр зардаг. Үнэхээр гайхалтай биш гэж үү? Энэ нь 1 секундэд 59 дүү зарж байна гэсэн үг юм аа.	Бета-хувилбарыг хийхэд бид бараг жилийн турш ажилласан ба 2 сая гаруй инженерүүдийн хүч хөдөлмөр орсон юм. Бид гаргахын өмнө маш их судалгаа хийсэн ба “Vista”-гийн маш олон хэрэглэгч нартай нүүр тулан үулзаж сэтгэгдлийг нь сонсож байлаа. Бид энэ судалгаагаа зөвхөн Америкт гэлтгүй, дэлхийн 7 өөр оронд хийсэн юм.
Одоо, “Itunes” дээр хамгийн алдартай телевизийн цувралууд орсон байгаа. Бидний санд бараг 350-иад нэр төрлийн та-цувралууд байгаа бөгөөд, хүсвэл та яг одоо дуртай ангийг нь худалдан авч болох юм. Мөн та бүхэнд, 50 сая Тв-шоу “Itunes”-ээр борлуулсан гэдэгийг хэлэх үнэхээр таатай байна. Гайхалтай биш гэж үү?	Microsoft Office нь шинэ дизайнтай болсон байгаа. Мөн Office Live, Share-Point гэх серверүүдтэй шинэ холболтоор холбогддог болсоныг хэлэхэд таатай байна.

Гейтс-ийн ойлгомжгүй байгаа хэсэгт, Жобс нь тодорхой, ойлгомжтой. Гейтсийн хийсвэр байгаа хэсэгт Жобс илэрхий, Гейтсийн хүнд, хэцүү үгнүүдтэй хэсэг дээр Жобс нь маш энгийн байгааг та анзаарсан байх.

“Гейтс нь Жобс шиг тийм энгийн биш байж болох ч, тэр чинь дэлхийн хамгийн баян хүн шүү дээ! Тэгэхээр яаж ч бодсон түүний зөв байх магадлал их!” гэж зарим нэг нь эсэргүүцэж байж магадгүй. Тиймээ, ийм асуудал хөндөж байгаа тань зөв. Тэр үнэхээр л бүгдийг зөв хийдэг. Тэр бол дэлхийн бүх компьютерийн 90 хувьд нь суусан “Windows” үйлдлийн системийг бүтээгч шүү дээ! Тэгэхдээ, нэг зүйлийг санах учиртай. Гейтс “Windows”-ийг бүтээсэн болохоос та бүтээгээгүй. Хэрэв Гейтсийг зөвтгөн, Гейтс мэт ярихыг хичээн, хүнд хэллэг, техник үг ашиглан яриагаа хийвэл та сонсогчидтойгоо холбогдох боломжоо л алдаж байна гэсэн үг. Тийм учир тодорхой байдалд тэмүүлэх хэрэгтэй!

Магадгүй, зарим нэгнийх нь анзаарсанчлан, Жобсын хамгийн их хэрэглэдэг үгнүүд нь “гайхалтай, гайхамшигтай, үнэхээр сайхан” гэдэг үгнүүд. Тэгвэл энэ үгнүүдээ Жобс дан ганц тайзан дээр гарахдаа ашигладаггүй юм. Түүний өдөр тутмын амьдралд ч гэсэн энэ үгнүүд маш их сонсогддог байна. Зарим илтгэгч нар тайзан дээр гараад л, тэс ондоо хүн болон хувирч, үг хэллэгээ ч гэсэн өөрчилдөг. Тэгвэл Жобс нь тайзан дээр хүртэл, өдөр тутмын хэллэгээрээ ярьдаг тийм л хүн. Тэрээр өөрийн брэнд, өөрийн стильд итгэлтэй ба өөрийн үгний сонголтондоо ч сэтгэл хангалуун байдаг байна.

Мэдээж, танилцуулж, сурталчилж буй бараа бүтээгдэхүүнээсээ хамаарч үгийг сонгох нь тун чухал. Хэрэв Жобсийн стилээр нэгэн банк бус санхүүгийн байгууллагыг рекламдах юм бол “Энэ шинэ байгууллага нь зах зээлийг бүрэн хувьсалд хөтлөнө. Түүний ажиллагаа үнэхээр гайхалтай. Яг одоо хөрөнгө оруулаарай” гэж сонсогдоно. Утгагүй байгаа биз. Хэрэглэгчдийг

татахгүй, ямар ч үнэмшилгүй сонсогдож байна. Харин үүний оронд: “Хамгийн бага эрсдэлтэйгээр мөнгө өсгөх боломж. Ийм байгууллага маш их, тэгэхдээ надад энэ байгууллагын юу нь таалагддаг вэ гэвэл...” хэмээн үргэлжлүүлж харин үлдсэн хэсгийг Жобс шиг ойлгомжтойгоор тайлбарлаж болно.

Энгийн үг, ойлгомжтой тайлбарыг сонсогчиддоо хэлэхээс бүү ай. Хэрэв та, таны өөрийн бараа бүтээгдэхүүн тань үнэхээр гайхалтай гэдэгт 100% итгэж байгаа бол, үүнийгээ ч сонсогчиддоо хэлэхээсээ бүү ай, бүү ич. Харин таны бараа, бүтээгдэхүүн тань таныг гайхашируулахгүй, муу байгаа бол, хичнээн олон удаа тайзан дээр “гайхалтай” гэж хэлсэн ч хэрэглэгчдийг алмайруулж чадахгүй. Таныг, өөрийг тань гайхашируулж чадаагүй байхад, яагаад бусад нь гайхаширах ёстой гэж?

Мэргэжлийн үг хэллэгнээс зайлсхий

Мэргэжлийн хэллэг нь Жобсийн ярианд тун ховор сонсогдоно. Жобс энгийн, ярианы хэллэгийг илүүд үздэг. Мэргэжлийн хэллэг гэдэг нь ямар нэгэн салбарт харьяалагдах тусгай үг, томъёо, нэршилийг хэлэх ба ямар нэгэн санаа, мэдээллийг солилцоход хамгаас их саад болдог зүйл юм.

Би маш олон удаа, нэг компанийн хоёр өөр хэлтэст ажилладаг хоёр хүн мэргэжлийн үг хэллэг ашиглаж байгаагаас болж бие биенээ ойлгохгүй, муудалцаж байгааг харж байсан. Мэргэжлийн хэллэг, “моодны” үг гэх мэт нь харилцан яриа, илтгэлийн хүчийг багасгаж, сонсогчдод ойлгомжгүй болгодог нь бараг л бичигдээгүй хууль мэт болсон билээ.

Алиаа компанийн зорилт, тайлбар, намтар нь техник, мэргэжлийн хэллэгийн цуглуулганууд байдаг гэж хэлж болно. Энэ мэт тусгай албан бичигнүүд, тусгай хурлаар тогтоогдож, бүх ажилчдыг дагаж мөрдөхийг шаарддаг ч мэдээж маш амархан мартагддаг. Маш хүндрэлтэй, ойлгоход түвэгтэй үг хэллэгээр бичигдсэн байдаг учир тийм амархан мартагддаг биз.

Тэгвэл “Apple”-ийн албан ёсны танилцуулга, намтар нь маш энгийн, бөгөөд маш нөлөөтэй бичигдсэн байгаа юм:

“70-аад оны үед “Apple” нь “Apple II”-г үйлдвэрлэж, компьютерийн зах зээлд шинэ эринг авчирсан. Өнөөдөр “Apple” нь дэлхийд сайшаагдсан компьютер “Macintosh”, үйлдлийн систем (OS X), программ хангамжийн салбартаа үргэлжлүүлэн ажиллаж, тэргүүлсэн хэвээр байна. Мөн “Apple” нь мультимедиа тоглуулагч “iPod”-ийг үйлдвэрлэж, онлайн дэлгүүр болох “iTunes”-ийг байгуулж салбар болгондоо хувьсгалыг хийсэн. 2007 онд “Apple” нь гар утасны салбарт өөрийн “iPhone” бүтээгдэхүүнээрээ хөл тавьсан билээ”

Аливаа бараа бүтээгдэхүүнийг танилцуулахдаа сонгож авдаг Жобсын үг хэллэг нь доорх гурван чанарыг дотроо агуулсан байдаг:

* Мэргэжлийн хэллэгнээс ангид, урт биш.

* Тодорхой, товч тайлбар.

* Дэлгэрүүлэн тайлбарлах шинжтэй. Мэдрэмж, сэтгэл хөдлөлийг илэрхийлсэн.

Энэ гурван үзүүлэлтэнд таарсан үг хэллэгийг хэрхэн ашигласаныг Жобсын “MacBook Air”-ын танилцуулганаас ажиглацгаая:

“Энэ бол ‘MacBook Air’. Түүний хэр нимгэнийг нь та одоо ойлгосон биздээ (тодорхой байдал). Түүний гар, товчлуур нь энгийн компьютерийнх шиг стандарт хэмжээтэй. (энгийн байдал). Гайхалтай биш гэж үү? (сэтгэл хөдлөл). Амьдаараа тэр нэг иймэрхүү дүр төрхтэй. Гайхалтай. (сэтгэл хөдлөл). Энэ бол дэлхийн хамгийн нимгэн нотетбүүк (тодорхой байдал. 13.3 инчийн гайхалтай сайхан дэлгэц. (сэтгэл хөдлөл ба тодорхой байдал). Манай инженерүүд ийм зүйлийг бүтээсэн гэхэд би одоо хүртэл итгэж өгөхгүй байгаа (сэтгэл хөдлөл)”

Мөн доор Жобсийн энгийн, тодорхой, сэтгэл хөдлөлтэй үг хэллэг ашигласан илтгэлийн хэсгүүдийг орууллаа. Сонирхоно уу. Жобс нь үнэндээ өөрөө ийм үг хэллэгийг байнга ашигладаг юм, харин доор сонирхуулсан бол ердийн жишээ болгож сонгож авсан хэдхэн хэсэг билээ.

Тайз	Хэлсэн үг:
"Apple" Music Event, 2001	"iPod"-ын тухай хамгийн сайхан мэдээ байна. Таны бүх дууны санг, халаасанд тань багтана.
Дэлхийн хамгийн анхны 17 инчийн дэлгэцтэй нотебүүкийг танилцуулж байна, MacWorld 2003	Би та бүхнийг аюулгүйн бүсээ бүслэхийг зөвлөсөн. Тэгвэл, одоо, хурдны аюулгүйн бүсээ нэмэж бүслэхийг зөвлөж байна.
2003 онд Titanium Power Book-ыг дүрсэлж байна	Хэний ч шуналыг хөдөлгөх бүтээл
17-инчийн "Power Book"-ийг танилцуулж байна	Үнэхээр үзэсгэлэнтэй. Энэ бол бидний хийж байсан хамгийн үзэсгэлэнтэй бүтээгдэхүүнүүдийн нэг юм. Энэ дэлгэцийг хардаа. Гайхамшигтай гэхээс өөр оновчтой үг олдохгүй байна. Дээрээс нь тэр үнэхээр нимгэн. Хамгийн зузаан хэсэгтээ 1 инч. Тэр зүгээр л төгс хийгдсэн бүтээгдэхүүн. Ээ бол манай гариг дээрх бүх нотебүүкний хамгийн дэвшилтэт, хамгийн шилдэг нь юм. Бидний өрсөлдөгчид, бидний 2 жилийн өмнө танилцуулсан бараа бүтээгдэхүүнүүдийг ч гүйцэж чадахгүй байгаа. Тийм байхад тэд, одоо энүүнтэй яаж өрсөлдөх бол гэж бодохоос инээд минь хүрч байна шүү.
Шинэ "Macintosh"-ийг дүрсэлж байна	Ухаан алдмаар...
"Жон Скалли"-ыг ажилд авахаар ятгаж байна	Чи, бүх амьдралаа чихэртэй үс (Pepsi компанийн захиралаар ажиллаж байх үед нь) зарж өнгөрүүлмээр байна уу, аль эсвэл надтай хамт дэлхийг өөрчлөхөд хувь нэмрээ оруулмаар байна уу?
Баримтат кинонд:	Та бүхэн энэ хорвоод тод мөрөө үлдээхээр ирсэн ганц л зорилготой
Жийл Амелиогийн удирдах албан тушаалыг шүүмжилж байгаа нь	Бараа чинь бүгд хог! Тэд хэрэглэгчдэд хүслийг төрүүлж чадахгүй байна.
Шинэ "iPod"-ын танилцуулга, 2008 оны 9 сар.	"iPod Touch" - энэ бол бидний хийж байсан бараа бүтээгдэхүүнүүдээс хамгийн 'зугаатай' нь юм.
17 инчийн нотебүүкээ танилцуулж байна. MacWorld 2003	Инженерчлэлийн төгс үр дүн.

Зарим хүмүүс энэ бүгдийг Жобсын аливаа барааг хоосон рекламдах, хэт магтахдаа сайныг харуулсан хэмээн бодож магадгүй. Гэвч, дэндүү олон баримт нүдэн дээр ил байдаг учир түүний энэ бүх сурталчилгааг

яагаад ч хоосон реклам, хоосон тархи угаах гэсэн оролдлого хэмээн ойлгож болохгүй юм. "Macintosh" нь яг л Жобсын хэлсэнээр хамгийн анхны хэрэглэхэд хялбар, гар болон хулганатай, хувийн компьютер байсан, бас "MacBook Air" нь хамгийн нимгэн компьютер байсан, яг л түүний хэлж байсан шиг.

Жобс нь үнэндээ донжтой, голыг нь олсон үг хэллэг зохиохдоо мастер юм. Жобсыг дагаад "Apple"-ийнхан ч гэсэн бараа бүтээгдэхүүнээ сурталчлахдаа сонгох үгэндээ хэт их анхаардаг болсон. Тэд хэрэглэгчдийг, 'би энэ бүтээгдэхүүнийг заавал эзэмших учиртай' гэдэг бодлыг төрөхөд хүргэх тийм л үгийг сонгодог. Энд ямар нэгэн бульхайтай юм байхгүй, зүгээр л жирийн гунигтай, уйтгартай, хийсвэр бизнес хэллэгийг бодвол харин ч үр дүнтэй. Жобсын

ХЭЛЛЭГИЙГ ТА Ч ГЭСЭН ДУРТАЙГААРАА ТОДОРХОЙЛЖ БОЛНО, ГЭХДЭЭ УЙТГАРТАЙ ГЭДЭГ ТОДОРХОЙЛОЛТ
ЛАВ БИШ ШҮҮ.

Энэ нь яг л...

Мэргэжлийн хэллэгнээс зайлсхийж, мөн үүний зэрэгцээ өөрийн илтгэлийг хамгийн нөлөөтэй болгоход тань зүйрлэл, сонсогчдын аль хэдийнээ танил зүйлүүдтэй холбож хэлэх нь тус болох болно. Жобс, зах зээлд шинэ бараа бүтээгдэхүүнийг нийлүүлэхдээ, дандаа үүнийгээ хамгийн ойлгомжтой хэлээр, бүгд мэддэг зүйлтэй зүйрлүүлэн тайлбарладаг байна. Доор хэдэн жишээг харуулъя:

* “Apple” TV” - энэ нь яг л хорин нэгдүгээр зууны DVD-тоглуулагч гэсэн үг юм. (“Apple” TV-гийн танилцуулга, 2007 оны 1 сар)

* ”iPod Shuffle” - жижиг, хөнгөн, бохины хайрцагны л хэмжээтэй. (“iPod” Shuffle-ийн танилцуулга)

* ”iPod” бидний тоглодог хөзөр шиг л хэмжээтэй (“iPod”-ын танилцуулга, 2001 оны 10н сар)

Ингээд, та өөрийн сонсогчиддоо зориулсан зүйрлэлийг олж чадсан бол үүнийгээ байнга хэрэглэхийг аль болох хичээ. Та олон удаа үүнийгээ давтан ашиглах тусам, хэрэглэгчид, сонсогчдын тань тархинд үлдэх болно. Жишээ нь, хэрэв та “Google” руу ороод, дээрх барааны танилцуулгыг хайвал яг л Жобсын хэлсэн зүйрлэлтэй

сая сая илэрцийг харах болно. Учир нь Жобс энэ хэллэгээ бараг бренд болгосон бөгөөд сэтгүүлчид ч гэсэн шууд тэр л хэлбэрээр нь ашигладаг байна. Хайлтын үр дүнг доор оруулъя

* ”Apple” TV - 21р зууны DVD тоглуулагч - 40 000 илэрц

* ”iPod Shuffle” - хайрцаг бохины хэмжээтэй - 46 500 илэрц

* ”iPod” - багц хөзөр - 227 000 илэрц.

Таны үзэгчид, сонсогчид тань таны шинээр танилцуулсан бараа бүтээгдэхүүнүүдийг ямар нэгэн төрөлд, ямар нэгэн ангилалд хуваахыг хичээдэг. Энэ нь хүн болгонд тохиолддог юм, учир нь хүний тархи аливаа шинэ мэдээллийг, төстэй агуулгатай зүйлстэй хамт “нэг хайрцганд” хийхийг оролддог байна. Тэгвэл та, тэдэнд өөрсдөд нь зориулж тэр ‘хайрцгийг бүтээ!’. Хэрэв та үүнийг хийж чадахгүй бол, сонсогчдын тань тархи өөрсдөө ‘хайрцаг’-ийг үүсгэх гэж маш их ажиллагаа хийх болно. Сэтгэлзүйн професор Грегори Бернсийн хэлж байгаагаар хүний тархи нь аль болох бага энергийг зарцуулахыг хичээдэг байна. Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл ямар нэгэн мэдээллийг, хүний тархи, аль болох, байж болох бүх талаар нь хэмнэж, хумьж, цээжлэгдэхэд хамгийн амарханыг нь л авч үлддэг гэсэн үг юм. Тийм учир, хэрэв та сонсогчдынхоо тархинд боловсруулахад амархан, боловсруулахад аль болох бага энерги зарах тийм л мэдээллийг хийж өгвөл тэр нь таны сонсогчдод үлдэх нөлөөг дээшлүүлэх болно.

Таны яриа, илтгэлийг хэвшмэл үг хэллэг, хэлэхэд хэл хугарам урт үгнүүд алдаг юм. Та, өөрийн сонсогчдоо “төрөлдөө хамгийн сайн нь”, “хамгийн тэргүүлэх технологи”, “инженерийн нарийн шийдэл” гэх мэт хэвшмэл хэллэгнүүдийг хэлсэнээр хэзээ ч

гайхашируулж чадахгүй. Энэ үг, хэллэгнүүдээр харин ч тэднийг улам л залхааж, өөрийн бизнесээ ч гэсэн алдана. Тод, ойлгожтой, амьд үгнүүдийг ашиглавал та сонирхогчдыг худалдан авагч болгож, харин энгийн хэрэглэгчдийг донтогчид болгон хувиргаж чадах юм. Өөрийн сонсогчиддоо өөрийн сонгож авсан үгээр таашаал мэдрүүлэхийг хичээ. Хэрэглэгчид таны танилцуулга, үг хэллэг ойлгомжгүй байхад хэзээ ч бараа бүтээгдэхүүнийг сонирхохгүй гэдэгийг анхаар.

Санамж

* Өөрийн илтгэлийн текстийг сайтар боловсруул. Хоосон үг, хэвшмэл, техникийн хэллэгээс аль болох зайлсхий. Сайтар хяна.

* Өөрийн хэлэх үгнээс таашаал ав. Өөрийн бүтээгдэхүүнээс таашаал авч, үнэхээр бахархаж байгаагаа үгнүүддээ мэдрүүл. Жобс нь шинэ Mac Os X-ийн харагдах байдал (интерфайсын айконууд) нь “яг л хүрээд үзчихмээр” тийм л “амттай” харагддаг гэж хэлж байсан. Тэр өөрийн бүтээгдэхүүндээ итгэлтэй байгаа нь илт харагдаж байна.

Тайзыг хуваалц

Өнгөрсөнд битгий хорогд. Түүний оронд гайхалтай зүйлийг бүтээ!

“Роберт Нойс, “Intel”-ийн үүсгэн байгуулагч”

2006 оны “MacWorld” дээр Жобс, шинэ ““iMac”” нь дотроо “Intel”-ийн процессортой “Apple”-ийн хамгийн анхны компьютер болно гэдгийг зарлаж байсан. (Түрүү оны сүүлд, Жобс нь мөн “тархи шилжүүлэн суулгах” мэс ажилбар нь 2006 оны 6-р сараас эхлэнэ. Харин 1-р сарын эхээр мэндлэх хугацаа нь аль хэдийнээ тодорхой болсон байна гэдгийг хэлж байсан юм). Гэтэл энэ агшинд, тайз тэр чигээрээ жүжгийн утаагаар дүүрлээ. Утаан дундаас нэгэн хүн, зөвхөн “intel”-ийн химийн лабораторийнхон өмсдөг хувцастай хүн гарч ирэв. Тэр гартаа том дугуй хавтан барьжээ. Жобст дөхөж очоод, түүнтэй гар барив. Харин тайзны гэрэл бүрэн ажиллаж эхлэхэд энэ лабораторийн хувцастай хүн нь “Intel”-ийн захирал Пол Отеллини байсан юм.

“Стив, би чамд “Intel”-ийнхний бэлтгэл ажил дууссан, суулгахад бэлэн болсон гэдгийг хэлэхэд таатай байна” хэмээн хэлэнгээ Отеллини Жобст өөрийн том хавтанг өгөв. “Apple” ч гэсэн бэлэн болсон” хэмээн Жобс хариулаад, “Бид хамтран ажиллагаагаа жилийн өмнөөс эхэлсэн. Бидний, хоёр талын баг энэ ажил дээр үнэхээр их хөдөлмөрлөцгөөсөн. Үнэхээр хичээж, сайн хамтарч ажилласны хүчинд энэ төсөл маш бага хугацаанд биелэлээ оллоо. Хоёр талын инженерүүд зэрэг ажиллаад, үр дүн нь ямар болсоныг харах хичнээн таатай байсан гээч!” гэв. Отеллини “Apple”-ын багийнханд талархал илэрхийлэв. Харин Жобс, үзэгчид рүү хандаж, дахин нэг сюрпризээ нээлээ. ““Apple” нь “Intel” процессортой шинэ “Mac”-ийг 6 сард гаргана”.

Дэлхийн хэмжээний амжилт олсон маш цөөхөн компани нь ингэж Жобс ““Apple””-тай холбогдсон шиг, үүсгэн байгуулагчидтайгаа холбогддог. Тэгэхдээ Жобс нь бүх талархал, хүндлэлийг ганцаараа хүртэх дургүй. Тэрээр хамтран ажиллагсад, ажилчидтайгаа ижилхэн хуваалцах дуртай. Жобсийн үзүүлэн ч гэсэн “нэг хүний жүжиг” буюу бүх л үзүүлэнгийн турш Жобс ганцаараа хөтлөн явагддаг үзүүлбэр биш юм. Тэрээр жүжгийн өрнөл хэсэгт түлхүүр үүрэг гүйцэтгэсэн хүмүүсийг оролцуулах дуртай.

Үүний тод жишээ бол, тэрээр 1997 оны “MacWorld” дээр Билл Гейтсийг урьсан байсан явдал юм. 1997 он нь Жобс дөнгөж буцаж ирээд, түр хугацаагаар захиралаар ““Apple””-д ажиллаж байсан үе ба, тухайн илтгэлд, үзэгчддээ хандан: ““Apple”-ын дархлааг сайжруулахын тулд” ““Apple”” нь хуучин харьцаануудаа сэргээх хэрэгтэй байгааг хэлсэн юм. Тэр, үргэлжлүүлэн, “Microsoft”-ийн Internet Explorer нь “Mac”-ийн стандарт интернет хөтөч болох ба Microsoft нь “Apple”-д 150 сая долларын стратегийн хөрөнгө оруулалт хийхээр болсон тухай зарлав. Энэ үед тэрээр өөрийн тусгай зочиноо танилцуулсан ба, Билл Гейтс нь видео камераар үзэгчидтэй харилцах учиртай байв. Билл Гейтсийн дүрс томоос том дэлгэцэн дээр гарахад үзэгчдийн зүгээс тийм ч их алга ташилтыг бэлэглэсэнгүй. Ихэнхи нь дургүйцлээ илэрхийлэн байлаа. Харин Гейтс хэдэн минут яриад, “Apple”-ын амжилтанд бахархаж байгаагаа хэлээд утсаа таслав.

Жобс, илтгэлээ үргэлжлүүллээ. Тэрээр дотроо ихэнхи үзэгчид дурамжхан байгааг ойлгон, үзэгчдэд хандан яг л хатуу аавын шаардлага шиг, энэ бүх өөрчлөлтийг хүлээн авахыг хүсчээ. “Хэрэв бид хөгжин дэвшимээр байвал, “Apple”-ын цэцэглэхийг хармаар байвал, бид “Apple” нь Microsoft хожигдвол, хожино гэдэг ойлголтноос салах хэрэгтэй” хэмээн хэлэв. “Хэрэв бид алдагдал хүлээсэн бол энэ нь бидний л буруутай үйл ажиллагаанаас болсон, өөр хэнийх ч биш. Мөн хэрэв бид “Microsoft Office”-ыг Mac дээр ажиллуулмаар байвал, бид үүнийг хийдэг компанийг ч гэсэн хүндлэх учиртай”

Агуу уран бүтээлчид маш олон зүйлийг бусдад өгч байдаг. Тэд бусад уран бүтээлч нарын авьяасыг нээхэд тусалдаг. Жобс нь ч гэсэн нэг талаараа уран бүтээлч, урлагийн хүн. Тэгвэл тэр ч гэсэн мөн агуу уран бүтээлчидтэй адил бусдад ихийг өгдөг байна. Тайзан дээр гарган нэр хүнд, хүндлэл, талархалыг хуваалцдаг байна. Шоу гоё байхын тулд, бүх оролцогч нар нь гэрэлтэх учиртай юм.

Тархи нь шинэлэг зүйлд дуртай байдаг

Тархи нь уйтгартай зүйлд анхаарлаа хандуулах чадваргүй байдаг. Би Жобсыг уйтгартай гэж хэлэхгүй ч, бидний тархи байнга, ижил хэвшмэл илтгэлийг үзэх юм бол бас л уйдна. Тархи нь шинэлэг зүйлд дуртай. Ямар ч сонирхолтой, яаж ч үгээ зөв сонгоод, ойлгомжтой ярьсан ч гэсэн та сонсогчдынхоо “цагаа харах”-ыг болиулж чадахгүй. Шилдэг илтгэгч нар, шилдэг ярилцагч нар үүнийг аль эртнээс л мэддэг байсан. Тийм ч болоод Жон.Ф.Кеннеди, Роналд Рейган, Баррак Обама нарын илтгэл нь ердөө 20 минутаас хэтрэхээргүй хийгддэг юм. Тэгвэл Жобсын илтгэл нь тэд нарынхаас хэд дахин урт, 1,5 цаг үргэлжилдэг ч, Жобс нь үзэгчдийг тайлбар, видео бичлэг, зочин-илтгэгч гээд олон зүйлийг үзүүлж, хүмүүсийг уйдаадаггүй.

Өөрийн мэдэхгүйгээ мэд!

2008 оны 10 сард “Apple” нь шинэ, хөнгөн цагаан гадаргуутай нотебүүк болох “Macbook”-ийг нийтэд танилцуулсан юм. Энэ бол дизайны салбарт хувьсал хийсэн үйл явдал байлаа. “Apple”-ийн энэ технологи нотебүүкийг илүү хөнгөн бөгөөд чанартай болгосон юм. “Бүгдээрээ нотебүүкний тухай ярьцгаая. Бүр тодруулбал бидэнд шинэ нотебүүк хийхэд суурь болж өгсөн тэр л технологийн талаар ярьцгаая” хэмээн Жобс үзэгчдэд хандан үгээ эхлэв. Ингээд, процессыг тайлбарлахын оронд, Жобс нь “Apple”-ийн дизайны албаны ерөнхийлөгч болох Жонни Ив-ийг үзэгчдэд танилцууллаа.

Түүнийг тайзан дээр гарч ирэхэд, Жобс түүнд зайгаа тавьж өгөх нь тэр. Ив үзэгчдэд 6 минутын дизайны талаар лекцийг уншилаа. Тэр, шинэ технологи нь 1 килограмм хөнгөн цагааны хавтанг хэрхэн нугалж, ердөө 100 гр жинтэй нотебүүкний гадаргуу болгож байгааг тайлбарлав. Үр дүнд нь нотебүүк нь улам нимгэн, улам хөнгөн, улам бат бэх болж байгаа аж. Ив ярьж дуусахад, Жобс тайзан дээр эргэн гарч ирээд илтгэлийнхээ энэ хэсгийг үзэгчдэд ойлгомжтой болгоход нь тусласан Ивд талархаад, “Нотебүүк үйлдвэрлэлийн шинэ технологи” хэмээн нэрлэснээр өндөрлөжээ. Магадгүй, Жобс нь “Apple”-ийг бүхлээр нь эзэгнэж байж болох ч, хамгийн гол нь тэр өөрийн мэдэхгүй зүйлээ ч гэсэн сайн мэддэг нэгэн юм.

Худалдааны хамгийн шилдэг хамтрагч

“Apple” нь анх, онлайнаар кино түрээслэж, худалдаж авах боломжийг “iTunes”-д нээж байхад, Жобс нь ямар студийн бүлээлийг худалдаж авч болох талаар мэдээллэсэн юм. Энэ жагсаалтанд дандаа кино студийн “мангас”-ууд багтсан байлаа. TouchStone, Sony, Universal

Pictures, MGM, Walt Disney гэх мэт. Гэвч “Apple”-д нэгэн аюул байв. Учир нь киног онлайнаар түрээслэх, худалдаж авах зах зээлд BlockBuster, Netflix гэх мэт компаниуд анхдагч, хүчтэй өрсөлдөгч нар байсан юм. Ийм хүчтэй, олон хэрэглэгчидтэй өрсөлдөгч байхад олон студийг өөртөө нэгтгэнэ гэдэг нь тийм ч амар асуудал биш. Гэвч “Apple” нь хүмүүс кино, тв-цувралыг өөрийн “iMac”, “MacBook”, “iPod”, “iPhone” дээрээ үзэх хүсэл их байгаа гэдэг дээр тулгуурлан маш олон студиудыг эгнээндээ нэгтгэж чадсан юм.

“Бидэнд, хамгийн том студиудын дэмжлэг байна” хэмээн Жобс зоригтойгоор зарлав. “Хамгийн түрүүнд бидэнтэй гэрээ байгуулсан студи бол “20th Century Fox” юм. Энэ студыхантай ч манайх маш нөхөрсөг ажлын харилцаатай. Би та бүхэнд “20th Century Fox” студийн ЗАХИРАЛ болох Жим Жианопулосыг танилцуулж байна”.

Жим тайзан дээр гарч ирэн, маш халуун дулаан яриаг орнүүллээ. Тэр сайн чанарын кино, үргэлж, хаана ч хамт явах дуртай кино, маш олон бүтээлд амархан нэвтрэх боломжийн талаар ярьжээ. “Стив бидэн дээр ийм санаатай ирэхэд нь бид бүгд үнэхээр баярласан” хэмээн Жим нэмэж хэлэв. “Мэдээж бичлэг, киног онлайнаар түрээслэнэ гэдэг нь шинэлэг зүйл биш ч гэсэн, урьд нь хөгжим, mp3 тоглуулагч байхад “Apple”-ийнхан “iPod”-ыг гаргасан шүү дээ. Анх зүгээр утас байсан бол, бүр хожим нь “Apple”-ийнхан л “iPhone”-ийг гаргасан шүү дээ. Ингэж бодохоор, “Apple” нь ер нь ямар ч зүйлийг цоо шинэ түвшинд аваачин хийдэг компани юм. Тийм учир бид ч гэсэн кино түрээслэх зах зээл, бизнес нь “Apple”-ийн тусламжтайгаар арай өөр түвшинд очих хэрэгтэй юм байна гэж бодсоны үндсэн дээр энэ санааг шууд дэмжсэн юм. Тийм ч учир бид энэ компанитай хамтран ажиллах, энэ хувьсалд гар бие оролцож байгаатай үнэхээр баяртай байгаа”

Жим нь Жобст худалдааны хамгийн шилдэг багажыг өгсөн юм. Энэ нь үйлчлүүлэгчийн дэмжлэг. Мөн Жобс нь Жимийг тайзан дээр мөр зэрэгцэн, ижил хүндэтгэн хүлээн авсан нь тун чухал юм. Мэдээж хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл, санал хүсэлт хэрэгтэй ч, хамтран ажиллагаа нь түүнээс хэд дахин илүү юм.

Яагаад хүмүүс худалдан авдаг вэ? Хамгийн гол шалтгаан

Ямар ч хэрэглэгчид, ямар нэгэн худалдаа хийхийн өмнө өөрийн санхүүгийн байдал, мөнгөний хэмжээг анхаардаг. Харин хүнд үед бол тэд зарлагын хэмжээгээ яс барьдаг ба үрсэн ганц доллар болгоноо гунигын нүдээр үддэг байна. Харин нөгөө талд, санхүүгийн бүрэн боломжтой худалдан авагч нар нь “туршилгын туулай” болох тун дургүй байдаг байна. Таны бүтээгдэхүүн яг л таны амласан зүйлсийг хэрэглэгчдэд өгч байх учиртай. Хэрэглэгчдэд мөнгө хэмнэх боломжийг нь олгож, аль эсвэл мөнгө хийхэд туслах учиртай. Сурталчилгаа, хэрэглэгчдийн үнэлгээ гэх мэт нь үнэмшилтэй ч, урьд нь дурьдаж байсанчлан үг, яриа нь аливаа зүйлийг худалдаж авахын хамгийн том нөлөөг үзүүлдэг юм.

Алдартай, амжилттай компаниуд нь олон нийтэд алдартай, хүндтэй хэрэглэгчийн өгүүлэх сурталчилгаа нь бизнест маш хүчтэй нөлөөлдөг гэдэгийг мэддэг. Гэвч, жижиг дунд бизнес эрхлэгч хэн болгон алдартай, нэр хүндтэй компани, хүнээр өөрийн үйлчилгээг сурталчлуулж чадахгүй. Гэвч тэд “Apple”-ийн туршлагаас хуулан авч ашиглаж болно. Хамгийн шалгагдсан арга бол өөрийн илтгэл, яриандаа өөрийн хэрэглэгчдийг урих. (яг л Жобс нь Жимыг урьсан шиг). Заавал тэднийг урих албагүй, зүгээр тэдний дэмжлэг, тэдний хэлсэн үгийг иш татсан ч болох юм. Тэдний сэтгэгдлийг дүрсжүүлэн үзүүлсэн ч болно.

Мөн, анхаарах ёстой бас нэгэн зүйл гэвэл хэвлэл мэдээллийнхэн. Жобс нь хэвлэл мэдээллийнхэнтэй “хайр-үзэн ядалт” гэх сонин харилцааг тогтоосон хүн юм. Тэгэхдээ мэдээж шинэ бүтээгдэхүүний танилцуулга гэх мэт чухал асуудал дээр энэ ‘хайр-үзэн ядалт’ харилцааны зөвхөн ‘хайр’ нь л давамгайлах нь тодорхой. “MacWorld” 2008 оны илтгэлийн эхний минутанд Жобс нь Mac Os X-ийн хамгийн сүүлийн хувилбар болох “Leopard” нь эхний 90 өдрийн дотор 5 сая хувь борлогдсон, OS X-ийн бүх цувралуудаас хамгийн амжилттай нь болж чадсан гэдэгийг зарласан юм. Мөн тэрээр, Leopard нь хэвлэлийнхний дунд ч ‘хит’ болж чадсан хэмээн нэмжээ. “Хэвлэл мэдээллийнхэн бидэнд тун сайн хандаж байгаа. Leopard-ын амжилт нь зөвхөн борлуулалт гэлтгүй, хэвлэл мэдээллийн салбарт ч гэсэн амжилтыг олж чадсан юм.” хэмээн Жобс хэлэв. Ингээд тэр хэвлэл мэдээлэл дээр “Leopard”-ын тухай юу гэж бичсэнийг уншиж өглөө. (Жобс тэд нарыг бүгдийг нь урьсангүй, дээр заасанчлан, хэлсэн үгийг нь иш татан дэмжлэгийг авч байна):

* Миний бодлоор, Leopard нь Vista-гаас хамаагүй хурдан үйлдлийн систем байна. (Wall Street Journal, Уолт Моссберг)

* Leopard хүчтэй, зөв зохицуулалттай үйлдлийн систем (New York Times, Дэвил Погью)

* Leopard нь бусад үйлдлийн системийг ардаа хол хаялаа (USA TODAY, Эд Байг)

* Олон нийтэд зориулж хийгдэж байсан хамгийн шилдэг үйлдлийн систем (Pc Magazine, Эд Мендельсон)

Энэ мэт, таны хамтрагчид тань, таны илтгэлд ямар нэгэн байдлаар оролцох учиртай юм. Мэдээж хүрэлцэн ирвэл бүр сайн. Ихэнхи хамтрагчид, хэрэглэгчид тань таны илтгэл, ярианд оролцож чадахгүй ч видео бичлэг, ишлэл гэх мэт ашиглан илтгэлдээ заавалчгүй оруулаарай. Мэдээж Пол Отеллини шиг нөлөөг үзүүлж чадахгүй ч, та өрсөлдөгч нараасаа нэг алхам урд

гарах юм.

Зөвхөн магтсан биш, мөн бараа бүтээгдэхүүнтэйгээ холбоотой инээдтэй сэтгэгдэл, хөгжилтэй ишлэлийг унших нь ч гэсэн Жобсийн үзэгчдийг уйдаахгүй байх бас нэгэн арга техник юм. Инээдтэй, байж боломгүй сэтгэгдэл уншихад, сонсогчид, үзэгчид нүүрэндээ инээмсэглэлгүй байх нь ховор. Мэдээж энэ нь алдартай блогчин, алдартай сэтгүүлчийн хөгжилтэй сэтгэгдэл байвал ирээдүйн худалдан авалтанд маш их нөлөөг үзүүлнэ.

Таны худалдан авагчдад, таны бараа бүтээгдэхүүнийг авах шалтгаан заавалчгүй хэрэгтэй. Тийм ч учир алдартай, амжилттай том компаниуд цоо шинэ бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нийлүүлэхээс өмнө заавалчгүй хэсэг бүлэг хамтрагч, хэрэглэгч нарт туршуулж, санал бодол бичүүлэхийг хүсдэг байна. Шинэ бүтээгдэхүүний хувьд, ихэнхи хэрэглэгч аль болох эрсдэл багатай, хэрэгцээг хангаж чадах тийм л бараа бүтээгдэхүүнд зорино. Хэрэв мэргэжилтэн, хэрэглэгч нар, хамтран ажиллагсад тань туршилтын хувилбарыг хэрэглэж, таны шинэ бүтээгдэхүүний чанарыг бататгаж чадах юм бол таны ирээдүйн худалдан авагчдад сэтгэлзүйн хаалтыг давахад амар байх болно. Талархалыг хэрэгтэй үед нь

2007 оны “MacWorld”-ын төгсгөлд: “Би энэ төсөл дээр ажилласан авьяаслаг залуусыг тодотгохыг хүсэж байна. Өнөөдөр, энэ танхимд хүрэлцэн ирсэн, энэ төсөл дээр ажилласан залуус байвал босохыг хүсье! Бүгдээрээ тэдэнд халуун алга ташилтаа бэлэглэе. Та бүхэнд маш их баярлалаа. Мөн, бүх ажилчдынхаа гэр бүлийн гишүүдэд талархсанаа илэрхийлье. Тэд биднийг сүүлийн хагас жилийн турш үнэхээр бага хугацаанд харсан. Тэдний тусламжгүйгээр бид энэ гайхамшигтай программыг хэзээ ч хийж чадахгүй байсан юм. Бидний гэр бүлийнхэн биднийг оройн хоолондоо, ажил дээрээ, лаборатори дээрээ хэтрүүлэн ажиллан оройтоход биднийг үнэхээр сайн ойлгож байсан юм. Би, бүх ажилчдынхаа гэр бүлийнхэнд та бүхэн бидэнд ямар их хүчийг өгч, бид та бүхнээр дутагдаж, та бүхэнд баярлаж явдгийг хэлэх ёстой. Ингээд, дахин дахин баярлалаа!”

Өөрийн тухай, өөрийн бараа бүтээгдэхүүний тухай илтгэл бэлтгэх нь үнэхээр амархан. Хамгийн гол нь ажиллагаанд гар бие оролцсон хүн болгонд талархсан, баярласанаа хэлэхээ хэзээд мартаж болохгүй. Энэ нь таны хэрэглэгч нарт та хэр үнэнч, хэр шудрага болохыг харуулаад, харин таны ажилчдад тэдний хөдөлмөрийг хүндэлж байгааг харуулах болно.

Мэдээж Жобс, өөрийн үзэгчдэд ч гэсэн талархалаа илэрхийлэхээ мартажгүй. “MacWorld” 2008-ыг тэрээр түрүү жилийн дурсамжаар эхлүүлсэн юм. “Би завшааныг ашиглаад та бүхэнд талархаж явдагаа илэрхийлмээр байна. Бид, хэрэглэгчдийнхээ зүгээс үнэхээр их дэмжлэг, хайрыг мэдэрдэг бөгөөд, үүнд та бүхэнд үнэхээр баяртай байна. Ингээд, гайхамшигтай 2007 оныг бидэнд бэлэглэсэн та бүхэнд баярлалаа.” Жобс нь сонсогч, үзэгчидтэй дээд зэргийн нягт холбогдож байгаа бөгөөд, аливаа компанийн хамгийн чухал хэсэг болох хэрэглэгчдийн дэмжлэгэнд нь талархалаа илэрхийлж байгаа нь тэр юм.

Жобс тайзыг Жобстой хуваалцана

Стив Жобс нь өөр нэгэн Стив Жобсыг тайзан дээр урьж чадах цорын ганц хүн юм. 1999 онд, “Түргэн Тусламж” сериалын од Ной Уайл өөрийн эмчийн халатны дүрээсээ гарч, цэнхэр жинс өмсөн “Pirates Of Silicon Valley” кинонд Стив Жобсын дүрийг бүтээсэн юм. 1999 оны “MacWorld Expo” дээр тэрээр арга хэмжээг эхлүүлсэн билээ. Тэр яг л стив жобс шиг хувцасласан байлаа. Цэнхэр жинс, хар свиттер, гүйлтийн пүүз гэх мэт. Үүнээс гадна тэрээр Стив Жобсын бүх дохио зангааг дууриаж байсан ба, түүний хамгийн алдартай хэллэг болгоныг ашиглаж, түүн шиг ярьж байсан юм. “Энэ оны “MacWorld”

үнэхээр гайхамшиг тохиолдох учиртай” хэмээн эхлээд “Энд итгэмээргүй зүйлүүд олон байна. “Apple” дахин сэргэж байна. Зарим нэг нь үнэхээр, тэр чигээрээ, толгой эргүүлэм гайхалтай бараанууд юм” гэж хэлээд, тайзан дээр жинхэнэ Стив Жобс гарч ирэхэд үзэгчид бараг л ухаан алдахаа шахав.

Тэр арга хэмжээнд Жобс Уайлтай жинхэнэ шоууг үзүүлсэн юм. Тэд тайзан дээр үнэхээр хөгжилдөж, Жобс ч Уайлд хэрэв өөрийг нь тэр чигээр нь дуурайхыг хүсвэл яах ёстой талаар хөгжилтэй зөвөлгөөг өгч байв.

Жобс үзэгчид рүү хандан: -”Би Ной-ыг өнөөдөр урьсан юм. Учир нь тэр бол миний сайжруулсан загвар болохоор тэр”.

* ”Баярлалаа Стив, Урилга явуулахад чинь, чамайг киноноос болж уурласан юм байх л гэж бодсон шүү”

* ”Юу, би юу! Энэ чинь зүгээр л нэг кино шүү дээ! Тэгвэл хэрэв кино чинь улам сайн болгохыг хүсвэл “Түргэн Тусламж”-индаа намайг тоглуулахгүй юу” хэмээн Жобс хариулжээ.

Энэ үзэгдэл нь үнэхээр үзэгчдийг хөгжөөж, инээлгэж чадсан гайхалтай үзэгдэл байсан юм. Жобс нь өөрийгөө хошин шогийн мэдрэмж үнэхээр сайтай гэдэгийг ч энэ үзэгдэлээр харуулаад амжсан. Би лав хувьдаа, амьдралдаа анхны бөгөөд эцсийн удаа тайзыг өөрөө өөртэйгөө хуваалцдаг хүнийг харсан нь энэ юм.

Санамж

* Шинэ бүтээгдэхүүн гаргахын өмнө заавалчгүй, таны бараа бүтээгдэхүүнийг хэрэглэж үзсэн, бусад хэрэглэгчдэд ярих зүйлтэй хүнийг олоорой. Хэвлэл мэдээллийн сэтгэгдэл ч гэсэн хангалттай сайн баримт болж чадна. Мэдээж өндөр чансаатай сонин сэтгүүл дээр гарсан бол шүү дээ!

* Хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл, саналыг өөрийн илтгэл, танилцуулгандаа заавал оруул. Хамгийн энгийн арга нь туршиж үзсэн, хэрэглэж үзсэн хэрэглэгчийг камер дээр бичин, 2 минутаас хэтрэхгүй бичлэг болгон засаж янзлаж илтгэлдээ оруулах.

* Олон нийтийн өмнө ажилчид, хамтрагчид, хэрэглэгчид нартаа таларх. Үүнийг аль болох олон хийвэл сайн.

Илтгэлийг “том” болгож харагдуул

Жобс нь өөрийн “MacWorld” дахь илтгэлийг асар том арга хэмжээ мэт болгон хувиргадаг. Энэ нь маркетингийн тал дээр ч гэсэн маш зөв шийдэл юм. Тийм ч учир илтгэлийн дараа дэлхийн хэвлэл мэдээллүүдийн эхний хуудас түүний илтгэлийн талаарх мэдээллээр эхлэдэг билээ.

-Леандр Кани-

Ихэнхи судлаачид “Apple” нь “MacBook”-ыг бүтээснээр нотебүүкний дизайнд хувьсалыг авчирсан гэж үздэг. Энэ нь 2008 оны 10 сарын 14-нд олон нийтэд танилцуулагдсан юм. Урьдны бүлэгт ярьсанчлан Жобс нь “MacBook”-ын дизайныг танилцуулахын тулд “Apple”-ийн дизайны хэлтсийн ерөнхийлөгч Жони Ивийг нотебүүкний дизайн хийх процессын талаар яриулсан билээ. Энэ компьютерүүд нь хөнгөн цагаан гадаргуутай. Гэвч энэ баримт нь хүртэл үзэгчдэд бол тийм ч хангалттай биш. Хөнгөн цагаанаар хийсэн гадаргуу гэдэг нь зүгээр л инженерийн, техникийн хэллэг болж, технологийн дэвшил, гаднах байдлаараа ямар гоёмсог харагдаж байгааг нь илэрхийлэхгүй байсан юм. Өөрийн илтгэлийг эхлээд, бараг 20 минутын дараа Жобс нь шинэ, хөнгөн цагаан хүрээний талаар яриагаа эхлүүлэв. Тэр нэг слайдан дээр зураг үзүүлж, хөнгөн цагаан хүрээний талаархи ойлголтыг өгч болох байсан ч энэ нь мэдээж Жобсийн стиль биш. Тэр бүхнийг маш алсуур сэтгэсэн байгаа юм даа. Тэрээр үзэгчдийн дунд өөрийн шинэ

“MacBook”-ны гадаргууг барьж үзэх, мэдрэх боломжийг олгосон юм.

“Гадаргуу нь нэг иймэрхүү байдалтай харагдана. Үнэхээр сайхан байгаа биз. Ердийн нотебүүкнүүдээс хамаагүй гоёмсог, цэвэрхэн, нимгэн, бас дээр нь үнэхээр бат бөх” хэмээн гартаа “Macbook”-ны гадаргууг хийсэн хөнгөн цагааны хавтгай хальсыг барин зогсож байхдаа хэлэв. “Тэр үнэхээр дээд зэргийн бат бөх, нягтрал сайтай. Энэ нь, ер нь үгээр илэрхийлэгдэхэд тун хэцүү учир би та бүгдийг биеээр тэмтэрч мэдэрч үзээсэй гэж хүссэн юм. Танхимын гэрлийг асаана уу. Би одоо үүнийг заалаар тойруулна, та түүний ямар сайхан, шинэ технологи болохыг өөрөө ойлгоно байх.”

Энэ үед “Apple”-ийн туслах ажилчид үзэгчид дунд орон, жишиг загварыг үзүүлж байв. Хүмүүсийг үзэж, тэмтэрч байх зуур Жобс: “Та бүхэн буцааж өгөхөө мартав аа, наадах чинь бидэнд үнэхээр хэрэгтэй эд шүү!” хэмээн хошигноод амжлаа. Дараагийн 60 секундэд Жобс нэг ч үг дуугарсангүй. Тэр гайхалтай технологийн хэлтэрхийг мэдрэх мэдрэмжийг саатуулмааргүй байсан нь тэр байх.

Ингээд хэсэг хугацаанд дуугүй байсаны эцэст, Жобс: “Энэ бол олон зуун инженерийн олон сар өдрийн нойргүй ажилласаны үр дүн юм. Тэд бүхнийг яаж хийх талаар маш их ярилцацгааж, ажиллаж, “Apple”-д энэ гоо үзэсгэлэнг авчирсан билээ”. Жобс нь дахиад хэдэн секундын турш юу ч дуугарсангүй. Удалгүй бүх загварууд бүх эгнээгээр явж дууслаа: “Ингээд, та өнөөдөр, энэ бүтээгдэхүүнийг гараараа барьсан анхны хэрэглэгчид боллоо” хэмээн Жобс хэлээд, нотебүүкний дараа дараагийн онцлогийг тайлбарлахаар хөнгөн цагааны сэдэвийг

өөрчлөв. Ингэж Жобс нь уйтгартай болох байсан тайлбарыг, маш сонирхолтой, мэдрэмжтэй, туршилт мэт болгон хувиргаж чадсан юм.

Кавасаки арга барил:

“The “Macintosh” Way” номондоо Гай Кавасаки нь шилдэг илтгэгчид нь үргэлж хамгаас сайн танилцуулгыг хийдэг хэмээн бичжээ. “Сайн танилцуулга нь тийм ч үнэтэй байдаггүй, харин ч таны өрсөлдөгч нарын сурталчилгаа, рекламьг няц дарах чадвартай байдаг юм. Хамгийн сайн танилцуулга (демо) нь үзэгчдэд, сонсогчдод, анхны ойлголтыг төрүүлэх учиртай ба, гайхшируулах увидастай (гайхширахгүй бол энэ бүтээгдэхүүнийг зах зээлд нийлүүлэх ч хэрэггүй)”. Кавасаки нь хамгийн сайн танилцуулганы таван шинж тэмдгийг нийтэлжээ. Кавасакигийнхаар бол, сайн танилцуулга нь :

* Богинохон, үзэгчдийг залхаадаггүй.

* Ойлгомжтой, Сайн танилцуулга нь маш энгийн, ойлгомжтой байх учиртай. Хэрэглэгчдэд хэлэх гэсэн хамгийн гол 2 санаагаа үүнд багтааж өгөх хэрэгтэй.

* Зөвхөн хамгийн гол хэсгүүдийг танилцуулдаг ба өрсөлдөгч бүтээгдэхүүнүүдээс ялгарах онцлогыг л онцолж өгсөн байна.

* Хурдан, хэмнэлтэй байна.

* Хэрэглэгчдийн өдөр тутмын бэрхшээлтэй асуудлыг таны шинэ бүтээгдэхүүн хэрхэн шийддэгийг сайн танилцуулга нь тодорхой харуулсан байдаг. “Таны хэрэглэгчид таны бүтээгдэхүүнээс өөртөө хэрэгтэй зүйлийг, ач холбогдлыг олж харахыг хүсдэг. Тийм учир таны бүтээгдэхүүний хэрхэн ажилладаг, яаж ажилладаг, юунд зориулагдсан нь тодорхой байх учиртай”

9-р үзэгдэлд харуулсанчлан, Жобс нь Кавасакигийн бүх шаардлагад нийцсэн танилцуулгыг “iPhone 3g”-гийн нээлтэн дээр тавьсан байгаа юм. Энэ утас нь шинэ 3G холболтыг ашигладаг болсноороо хуучны загвараасаа ялгагдана. Доор Жобсын үг болон слайдыг сийрүүлээ.

Жобсын үг	Жобсын слайд
Таньд 3G холболт ямар хэрэгтэй вэ гэж үү? Энэ нь ачааллах хурд маш их гэдэгийг харуулж байгаа юм. Харин ачааллах хурд их байх тусам интернетэд орох, и-мэйлээ шалгах үйлдэл хурдсаж байгаа юм.	Интернет хөтөчийн тэмдэг болон, и-мэйлийн тэмдэг
Интернет хөтөчийг нь харья. Бид EDGE холболттой, 3G холболттой хоёр “iPhone”-ээр яг нэг сайтруу зэрэг ачааллах туршилт хийж үзье.	“National Geographic”-ийн сайтанд ачааллах хоёр “iPhone”-ийн дүрс.
За юу болохыг харцгаая. (Зураг, дуу, дүрс ихтэй сайт ачааллаж дуустал Жобс дүүгүй байна).	Ачааллаж байгаа байдал харагдана.
Бэлэн боллоо! 3G холболт дээр 21 секундыг зарцуулаа. (нөгөөх утас ачааллаж дуустал чимээгүй зогсоно, хүмүүс инээлдэж эхэлнэ) EDGE холболт 59 секундыг зарцуулаа. Яг ижилхэн утас, ижилхэн байршилд байхад 3G нь EDGE-ээс 2.8 дахин хурдан гэдэгийг баталлаа. Тэр ийм л шаламгай даа. Энэ нь бараг л “Wi-Fi”-ийн хурд гэсэн үг юм.	3G холболттой утсан дээр ачааллаж дуусаж, харин EDGE холболттой утсан дээр ачаалласаар байна.

Түүхийг бүтээх танилцуулга

Танилцуулга нь Стив Жобсын хувьд жирийн нэгэн арга хэмжээ биш, харин ч бүр түүхэн үйл явдал болсон тохиолдол цөөнгүй. “Өнөөдөр бид түүхийг өөрчлөх гэж байна” хэмээн “MacWorld 2007”-г нээн хэлсэн юм. Энэ түүхэн үйл явдал нь “iPhone”-ы танилцуулга байв.

“Бид өнөөдөр, гар утсыг дахин бүтээж байна” гэж тэр нэр төртэйгөөр зарлаад, “Бид, та бүхэнд, өнөөдөр 4 зүйлийг харуулмаар байна. Утасны программ хангамж, фото альбом, календарь болон мессеж. Энэ функцуудыг та дурын утсан дээр олж болох юм, тэгэхдээ, хамгийн гол нь эд нар нь утас болгонд зөв шийдэлтэйгээр орших нь тун ховор. За тэгэхээр бүгдээрээ сонирхоцгооё”. Ингээд тэрээр, үзүүлэнгийнхээ гол хэсэгийг танилцуулахаар тайзны баруун тал руу болж, дэлгэцийг чөлөөлж өгөв.

“Зүүн буланд байх товчлуурыг харж байна уу? Би түүн дээр даръя. ‘Бууум’!!! утас ачааллаж эхэлнэ. Тэгэхээр би одоо ‘Contacts’ цэсрүү ороё. Асуудал? Би яаж хүмүүсийн нэрний жагсаалтыг гүйлгэх вэ? Тун амархан, би зүгээр л түүнийг хуруугаараа эргүүлэх юм. За, тэгэхээр, Жони Ив рүү залгах шаардлага гарлаа хэмээн төсөөлье! Би түүний нэрийг хайж олоод, түүн дээр дарахад Ивтэй холбоотой бүх мэдээлэл гарч ирнэ. Харин түүн рүү залгахын тулд түүний утасны дугаар дээр дарахад л хангалттай. Залгаж үзүүлье”. Энэ үед танхимд орших Жони Ивийн утас дуугарна. “Байна уу?”

Жобс үргэлжлүүлж байна: “Бид энэ утсыг бүтээхэд 2 жил хагасыг жил зарцуусан болохоор энэ утсаар анх удаа ярихад миний сэтгэл ямар их хөдлөж байгааг үгээр хэлэхийн аргагүй байна.” Ингээд Ивтэй ярьж байх тэр хооронд, хажуу шугамаар “Apple”-ийн маркетингийн албаны дарга Филл Шиллерийн дуудлага орж ирлээ. Жобс ч түүний дуудлагыг авч, конференци (бүлэг) дуудлага нь “iPhone”-д боломжтой гэдэгийг харуулаад амжлаа. Үүний дараа Жобс мессеж бичих, фото альбомын программыг танилцууллаа. “Бидний фото альбомны программ нь урьд өмнө байсан ямар ч утасны фото альбомноос хамаагүй дээр, хамгийн шилдэг нь”. Тэрээр үзэгчдэд хоёр хуруугаараа хэрхэн зураг томсгож, жижигсгэж болохыг харуулжээ. Үзэгчид ч гайхан шагширна “Энэ үнэхээр гайхамшиг биш гэж үү?”.

Жобс нь үнэхээр танилцуулгандаа, үзүүлэндээ бүрэн ууссан, хөндлөгөөс ажиглавал яг л тоглоом дэлгүүр доторхи хүүхэд шиг харагддаг.

Илтгэлийн үеэр хөгжилдөх нь

Таны илтгэл мэдээлэл өгөөд зогсохгүй бага зэрэг хөгжөөх үйл явдалтай бол бүр сайн. Жобсын хувьд сонсогчдыг хөгжөөх тал дээр хэзээ ч мартдаггүй, илтгэл, яриа болгон дээр нь зайлшгүй байдаг юм. Жишээ нь, “iPhone”-ы танилцуулгыг тэрээр “Google Maps”-ийг хэрхэн ашиглах тухай ярьж төгсгөсөн. Энэ тухай тэр ингэж танилцуулсан байна: “iPhone”-ыг ашиглан “Google Maps”-аас хамгийн ойр кафенуудыг хайжээ. Томоос том дэлгэцэн дээр хамгийн ойр байгаа кафенуудын нэрс гарч ирсэн байна. Жобс, үзэгчдэд хандан: “Бүгдээрээ хамгийн ойр орших “StarBucks” руу залгацгаая” гэв. “StarBucks”-ын ажилтан утсаа авч байна. -”Өглөөний мэнд, StarBucks байна, Танд юугаар туслах уу?”

-”Сайн байна уу? Би 4000 ширхэг кофе захиалах гэсэн юм. Хаана гэж үү? Заза наргиа. Баяртай” хэмээн утсаа таслав. Энэ үед танхимд байсан үзэгчид бүгд инээж, хөгжив. Жобс нь хэдэн мянган сонсогчид, бүх дэлхийн өмнө ингэж “дүрсгүйтсэн” юм. Жобс нь энэ мэтээр мэдээллийг ашигтай, нөлөөтэй хүргэх талаар үнэхээр бодолцож хэрэгжүүлээд, харин түүний тараах санаа, мэдээлэл нь түүний фенүүдийнх нь хувьд ч нян адил хурдацтай тархдаг байна. Тийм л учир хүмүүс Жобсын илтгэлд дуртай байдаг байх.

“Одоо харин би таньд “Photo Booth”-ийг танилцуулмаар байна. Энэ бол зугаацах, хөгжилдөх хамгийн энгийн боломж. За, жишээ болгож би өөрийнхөө зургийг авья”. Жобс камераар өөрийн зургийг авч, түүний дүрс дэлгэцэн дээр зураг хэлбэрээр харагдав.

“Дажгүй байгаа биз дээ? Харин одоо би танд хэдэн маш сонирхолтой эффектүүдийг үзүүлье. (ИК-Камер, Рентген, Энди Уорхол гэх мет эффектүүдийг ашиглан өөрийн зургийг хувиргаж үзүүлэв). Үүгээр зогсохгүй, бид мөн хэдэн гайхалтай эффектүүдийг суулгаж өгсөн байгаа”. Жобс зурган дээрээ өөрийн царайны дуртай хэсгийг томруулж, жижигрүүлж, хуйлруулж, хавдартай мэт өөрчилж байсан юм. Мэдээж танхим дахь хүмүүс бүгд инээж байсан нь тодорхой.

Нэг зүйл дээр төвлөрөх нь

“Apple”-ийн шинэ бүтээгдэхүүн болгон үзэгчдийг гайхашруулах хэд хэдэн шинэлэг зүйлтэй байдаг боловч Жобс нь ихэнхидээ энэ олон зүйлийн нэгийг нь л тодотгож, танилцуулж байдаг. Энэ нь яг л шинэ гарсан киноны трайлер шиг юм. Трайлер нь киноны хамгийн сонирхолтой хэсгүүдээс бүрдэх ба, үзэгчдэд киног бүхлээр нь үзэх хүсэл, догдлолыг бий болгодог юм.

2007 оны 10 сарын “WWDC” дээр Жобс нь илтгэлийнхээ ихэнхи цагийг OS X Leopard-ыг танилцуулахад зарцуулсан боловч, илтгэлийн төгсгөлд, түүний бренд болсон “бас, дахиад нэг зүйл бий шүү” гэдэг үг нь гарч ирэв. Энэ удаад Жобс нь “Windows”-д зориулсан “Safari”-г (интернетэд холбогдох хөтөч, броузер) танилцуулсан байна. “Хамгийн дэвшилтэт цахим хөтөч, энэ цаг үеэс эхлээд “Windows”-ийн хамгийн хурдан хөтөч бий боллоо”. Үзэгчдэд энэ үгнүүдийг хэлчихээд, тэрээр тайзыг чөлөөлөн, баруун буланд байх компьютер дээр шинэ хөтчөө танилцуулахаар суулаа. Түүний зорилго нь “Safari” нь үнэхээр хамгийн хурдан гэдэгийг практик дээр нотлох байлаа. Тиймээс ч тэр Internet Explorer (IE 7)-той харьцуулсан байна.

Дэлгэцэн дээр хоёр хөтөч зэрэгцэн харагдана. Жобс энэ хоёр дээр ижил вэб сайтыг зэрэг ачаалав. Safari нь хоёр дахин хурдан ачааллаж дууссан байна. “Safari - энэ бол Windows-д зориулсан хамгийн хурдан броузер юм” хэмээн тэр дахин тунхаглалаа. Энэ бүх танилцуулга нь маш богино, ердөө гуравхан минут хэртэй болов. Жобс нь сонсогчдыг залхаах үнэхээр дургүй. Түүний танилцуулагууд нь хэрэггүй мэдээллээс ангид, яг л түүний слайд шиг цэгцтэй, тодорхой.

2005 онд Жобс “GarageBand” программыг танилцуулав. “Өнөөдөр би та бүхэнд нэгэн маш сонирхолтой зүйлийн талаар танилцуулах гэж байна. Юу вэ? гэвэл, энэ нь iLife -ийн эгнээнд орох тавдахь программ хангамж юм. Түүний нэр нь “GarageBand”. “GarageBand”

гэж тэгвэл юу вэ? “GarageBand” нь хөгжимтэй ажиллахад зориулагдсан программ юм. Түүнд мэргэжлийн бүх багаж хэрэгсэл функцууд бий. Тэгэхдээ хамгийн гол нь түүнийг ашиглах нь маш амархан, тэр бүх хүнд зориулагдсан. Би өөрөө хөгжимчин, урлагийн хүн биш учир, надад туслуулахаар Жон Маерийг урьж авчирлаа”. Жобс өөрөө компьютерийнхээ ард, харин Маер “Macintosh”-д холбогдсон удирдлагын ард суусан байна. Маер тоглож байх үеэр, Жобс “GarageBand”-ийг ашиглан түүний хөгжмийг маш олон янзаар хувиргаж үзүүлжээ. Төгөлдөр хуур шиг, гитар шиг гэх мэт... Харин дараа нь Жобс, энэ бүхнийг давхарлаад, холбоод бүр жинхэнэ симфони мэт болгосон байна. Тэрээр өөрийн алхам бүрээ тайлбарлаж байсан ба түүгээрээ урьд нь зөвхөн мэргэжлийн студид бичих боломжтой байсан чанартай хөгжмийг гэрийн нөхцөлд бичих нь ямар түвөггүй болсныг харуулж байсан юм.

Тайзан дээр тэр яг сайн хөгжимчин шиг байсан ч гэсэн тэрээр хэдэн цагийн турш энэ үзүүлбэрээ сайтар бэлдсэн нт ойлгомжтой. Мөн урьд бүлгүүдэд гарсанчлан тэр мэдэхгүйгээ мэдэж, “GarageBand”-ын хувьд тэрээр тусгай хүнийг авчирч, асуудлын голыг тайлбарахад туслуусан байна.

Гэнэтийн бэлэг

Жобс, IBM/Motorolla PowerPc-ээс “Intel”-руу шилжиж байгаа гэсэн маш их газар авсан шуугиан программистуудыг нь үнэхээр зовоож байсан юм. 2005 оны WWDC дээр хамгийн гол нь OS X нь Intel-ийн процессор дээр сайн ажиллаж байх учиртай гэдэгийг хэлэх байсан юм. Үзэгчдийг хөгжөөхийн тулд, тэрээр “OS X нь сүүлийн 5 жилийн турш ‘хоёр амьдрал’-аар амьдарч байсан” хэмээн зарлажээ. Учир нь программистууд хоёр процессор дээр хоёулан дээр нь тохирох программыг бичиж байсан болохоор тэр. Үүний үр дүнд, Жобсын хэлсэнчлэн, Intel дээрх Mac OS X нь зүгээр л “диваажин” болсон гэнэ. Үүний дараа тэр үзэгчдэд нэгэн гэнэтийн бэлэгийг барив. “Үнэнийг хэлэхэд би аль хэдийнээ энэ системтэй компьютер дээр ажиллаад эхэлсэн” хэмээн зарлаад тэр дуугүй болов. Тэр чимээгүй инээнэ. Үзэгчид одоо л, саяханы бүх загварыг үзүүлсэн, танилцуулга бэлдсэн компьютер нь шинэ Intel процессортой байсаныг ойлгожээ. “Бүгдээрээ харцгаая.” - хэмээн хэлээд дэлгэцийг чөлөөлөв. Тэр компьютерийн ард суугаад хамгийн энгийн үйлдлүүд болох календарь дээр үйл явдал төлөвлөж, шуудангаар захиа явуулж, зураг засаж, Интернетээр зугаалж, хөгжим сонсож, видеог үзсэн байна. Бүх үйлдэл нь ачааллахад ямар нэгэн гацалт ажиглагдсангүй, маш хурдан байлаа. Энэ 2 минут гарантай болсон таницуулгыг тэрээр “Intel дээрх Mac OS X нэг иймэрхүү” хэмээн хэлж төгсгөв.

“iPhone”-ий 2007 онд болсон танилцуулга ч гэсэн тэр чигээрээ театрын жүжиг мэт сонирхолтой байсан юм. Жобс, үзэгчдэд хэрхэн хөгжим сонсож болох талаар танилцуулж, өөрийн дуртай хамтлаг болох Red Hot Chili Peppers-ийн дууг тогуулжээ. Хөгжим тоглож байх зуур “Apple”-ийн маркетингийн албаны ерөнхийлөгч Фил Шиллер залгасан байна. Түүннийг залгахад түүний зураг утасны дэлгэцэн дээр гарч ирэх ажээ. Шиллер, Жобст зураг хэрэгтэй байгааг хэлэхэд, Жобс тэр доор нь зургаа шуудангаар явуулж, хөгжим сонсохоо үргэлжлүүлэв. Энэ мэт, Жобс нь тэр чигээрээ шоумен юм. Тэр өөрийн үзүүлэндээ театрчилсан тоглолтыг оруулахгүй байх нь тун ховор. Хамгийн гол нь энэ бүх театрчилсан үзэгдэл нь бүтээгдэхүүний танилцуулгыг үнэхээр сайн болгож өгдөг ба жирийн хүний амьдралд байж болох бүх л асуудлын шийдлийг харуулдаг байна.

Санамж

* Танилцуулга нь маш богино, оргилтой, тодорхой байх учиртай. Хэрэв та танилцуулгандаа өөрийн багийн хүнийг оролцуулах боломжтой бол, оролцуул!

* Өөрийн танилцуулгандаа итгэ. Хошин шогчдын ярьдагаар онигоо нь өөртөө итгэлтэй ярих хүний амнаас л хөгжилтэй сонсогдоно гэдэгийг сана. Танилцуулганд бага зэрэг зугаатай зүйл байх нь сайн. Харин хэтрүүлж болохгүй.

* Бүх хүн боловсрол, шашин шүтлэг хамаарахгүй бүгд ойлгохоор тийм л танилцуулгыг тавь.

“Бурхан минь” буюу, дуу алдмаар мөчийг бий болго

Хүмүүс таны юу ярьж байсныг мартаж болно. Хүмүүс таны юу хийж байсныг мартаж болно. Хүмүүсийн мартажгүй ганц зүйл бол таны тэдэнд өгөх мэдрэмж.

-Майя Ангелоу-

Дурын оффист ердийн, бичиг баримт шуудангаар явуулахад зориулалттай дугтуйг олж болно. Хэрэв энэ дугтуйг ихэнхи хүн том хэмжээтэй бичиг цаас, материал дамжуулахад ашигладаг бол, Жобсын хувьд энэ дугтуй нь үзэгчдийг гайхашуулах бас нэгэн хэрэглэл юм.

“Энэ бол MacBook Air” хэмээн 2008 оны 1 сард танилцуулжээ. “Тэр үнэхээр нимгэн, ердийн шуудангийн дугтуйнд багтана”. Энэ өгүүлбэрийг хэлчихээд тэрээр, тайзан дээр байрлах ширээн дээрх дугтуйнууд дээр очив. Тэд дундаас нэгийг нь сонгож аваад, дотроос нь нотебүүкыг гаргаж ирэв. Танхим дахь хүмүүс шуугилдан, суудалнаасаа өндийж, бүгд л “ээ бурхан минь” гэгцгээж, илбэ шид харсан юм шиг ховсдогдсон байлаа. Тал талаас зургийн аппаратны гэрэл анивчина. Яг л шинэ төрсөн хүүхдээрээ бахархан зогсох эцэг хүн шиг Жобс харагдаж байлаа. Тэрээр нотебүүкыг толгойн орчим барьсан байсан учир бүгд түүний хэр сайханыг харж байлаа. “Та бүхэн үүнийг ямар нимгэн болохыг харж байгаа биз. Нимгэнээс гадна түүний гар болон дэлгэц нь жирийн компьютерийнх шиг, стандарт хэмжээтэй. Энэ нь гайхалтай биш гэж үү? Энэ бол дэлхий дээрх хамгийн нимгэн нотебүүк”.

Дугтуйнаас гаргаж ирэх нотебүүкыг барьсан Жобсын зураг бүх л интернетээр цацагдах нь тэр. Бүх алдартай сэтгүүл, сонингуудын эхний нүүрийг чимэж байлаа. Энэ гайхалтай үзэгдэл нь нэгэн бизнесменийг дугтуйны хэлбэртэй MacBook Air-ийн гэр хийхэд хүртэл хүргэжээ.

Жобсыг дугтуйнаас компьютер гаргаж ирэх мөчид, танхимд шуугилдан, үзэгчдийн догдолсон байдал нь илт байсан. Танхимд байрлах ихэнхи хүмүүс “Бурхан минь. Үнэхээр л тийм нимгэн юм гэж үү?” хэмээн бодоцгоож байсан байх. ABC News-д “Macbook Air нь нотебүүкний зах зээлийг хуйлруулах магадлал өндөртэй. Тэр ердийн албан хэргийн дугтуйнд багтахаар нимгэн” хэмээн яг л Жобсын хэлж, үзүүлж байсан шиг зарлаж байлаа. Яг Жобс өөрөө рекламны үгийг бэлдээд өгсөн юм шиг, хэвлэл мэдээлэл ч гэсэн яг л түүний үгээр.

Энэ мөч нь маш эртнээс сайтар бэлтгэгдсэн байсан юм. Үзэгчдийн өмнө энэ “илбэ”-ээ хийхээс өмнө, дугтуйнаас гаргах компьютерийн фото-сурталчилгаа, рекламны зураг гэх мэт аль хэдийнээ гарсан байсан юм. Дүгнэвэл, үзэгчдийн “Бурхан минь” хэмээх уулга алдалтанд Жобс нь аль эртнээс бэлдсэн байсан юм. Мэдээж, Жобсынхоор илтгэл гэдэг бол тэр чигээрээ жүжиглэлт, тэр чигээрээ театр.

Танилцуулгыг урлагийн түвшинд аваачих нь

2009 оны 1 сарын 24-нд “Macintosh” нь 25 насныхаа төрсөн өдрийг тэмдэглэсэн юм. “Macintosh” нь компьютерийн зах зээл, чанар, чадамжийг тэр чигээр нь, уг үндсээр нь өөрчилсөн, хувьсал биш хувьсгалыг авчирсан бүтээгдэхүүн байсан. Хуучин хар дэлгэцэн дээр ногоон үсгээр код бичиж ашигладаг байсан дэлгэцтэй компьютерийг бодвол “Macintosh” нь гартай, хулганатай, график-дүрслэлтэй, компьютерийн шинжлэх ухаанд томоос том “үсрэлт” байсан юм.

“Macintosh” дээр ажиллах нь тухайн үед IBM-ийн гаргадаг байсан бусад компьютерийг бодвол үнэхээр амархан байв. Үүнээс гадна, мэдээж “Macintosh”-ийн танилцуулга ч гэсэн тухайн үеийн бараа бүтээгдэхүүний танилцуулгыг бодвол жинхэнэ, тэр чигээрээ урлагийн бүтээл, бусдаас ангид байсан нь тодорхой. Түүний хамгийн анхны танилцуулга нь “Apple”-ийн төв байрнаас холгүй орших, Де Анза коллежийн Flint Center-д зохион байгуулагджээ. Танхимын 2570 суудал тэр чигээрээ хөрөнгө оруулагчид, ажилчид, сэтгүүлчдээр дүүрсэн байлаа.

Жобс, өөрийн илтгэлийг хамгийн дуртай дуучин болох Боб Диланы дууны үгнээс ишлэн эхлүүлэв. Шинэ компьютерийн бүх функцыг, чадалыг танилцуулж дууссаны дараа Жобс: “Энэ их хүч, чадал нь ердөө л энэ хайрцаганд бий, нэмэж хэлэхэд энэ хайрцаг нь IBM-ийн компьютертэй хайрцагнаас 3 дахин хөнгөн гээд боддоо. Та дөнгөж сая, “Macintosh”-ийн зурагнуудыг үзсэн. Тэгвэл одоо би таньд “Macintosh”-ыг амьдаар нь танилцуулах гэж байна. Саяханыг хүртэл таны дэлгэцэн дээр харсан зураг, фото болгоныг энэ хайрцаганд байгаа зүйлээр засаж янзалсан юм.” хэмээн тэр тайзны голд байх цүнхтэй зүйлрүү хандан хэлнэ. Тэр, цүнхтэй зүйийг аван, дотороос нь шинэ компьютер гаргаж ирэх нь тэр. Асаагаад, диск тавиад өөрөө холдов. Танхимыг гэрэл унтарч, харанхуй болж, дэлгэцэн дээр “Macintosh”-ыг үнэгүй дагалдах MacWrite болон MacPaint харагдана. Хөгжим намжихад Жобс: “Бид “Macintosh”-ын талаар дэндүү олон ярьлаа. Тэгвэл, одоо би анхны удаа, “Macintosh”-ыг өөрөөр нь яриулмаар байна” гэж хэлж дуусахад “Macintosh” ‘роботын’ хоолойгоор ярьж эхлэх нь тэр.

“Сайн уу? Би бол “Macintosh”. Ашгүйдээ, одоо л нэг юм хайрцагнаасаа гарлаа. Би олон зүйлийг ярьж чадах ч, одоо бол сонсохыг их хүсч байна. Юу ч гэсэн та бүхэнд өөрийн аавыг танилцуулья - Стив Жобс!” хэмээн өгүүлжээ. Танхимд байсан бүх хүмүүс шуугилдан, хашгиралдан алга ташиж Жобст баяр хүргэж байлаа.

“Macintosh”-ийг өөрийг нь яриулах гэдэг нь тун ухаалаг санаа байсан юм. Учир нь энэ нь үзэгчдэд хамгаас гайхалтай мэдрэмжийг төрүүлсэн болохоор тэр. Энэ бичлэгийг хийгээд 25 жил өнгөрсөний дараа, “youtube” дээр энэ бичлэг нь хагас сая хэртэй хүн үзэж сонирхсон байгаа юм. Жобс нь ингэж, хэдэн мянган жилээр яригдах мэдрэмж, мөчийг үзэгчдэд бий болгодог байна.

Нэг сэдэв

Мартагдашгүй мэдрэмж төрүүлэх гол нууц нь ганц сэдэв дээр голчилдогт байдаг. Өөрийн үзэгчдийн тархи толгойнд байлгахыг хүсэх тэр л зүйл дээр онцгойлон анхаарах. Таны сонсогчдод таны энэ зүйлийг эргэн санахын тулд таны илтгэл дээр бичсэн тэмдэглэл, бичлэг, слайдыг дахин үзэх шаардлагагүй. Магадгүй тэд нарийн элемент, нарийн тодорхойлолт, деталийг мартаж болох ч тэд юу мэдэрсэнээ хэзээ ч мартахгүй. MacBook Air-ын танилцуулган дээр “Apple” нь сонсогчдын тархинд юуг үүрд байлгахыг зорьсон бэ? “Дэлхийн хамгийн нимгэн нотебүүк” гэдэг ойлголт. Тэгээд л болоо. Аливаа илтгэл-ярианы гол зорилго нь сэтгэгдэл төрүүлэх л байдаг. Хирин бараа бүтээгдэхүүний хамгийн нарийн элемент болгоныг танилцуулахад оршдоггүй. Худалдан авахаар зэхэж буй ирээдүйн хэрэглэгч нь илүү нарийн мэдээлэл, төхөөрөмжийн талаархи танилцуулгыг компанийн веб хуудас, аль эсвэл дэлгүүрт очин лавлан мэдэж болно. Тиймээс илтгэл дээр сэтгэгдэл төрүүлж л чадвал үргэлж борлуулж чадна.

“iPod”-ын танилцуулган дээр ч гэсэн яг л дээрх зүйлийг ажиглаж болно. Жобсийн гол түлхүүр-санаа нь үзэгчдийн дотор ‘1000 дууг халаасандаа’ гэдэг санааг үлдээх. Энэ санаа нь ч гэсэн маш энгийн, ихэнхи сурталчилгаа, илтгэл, “Apple”-ийн үзэсгэлэн болгонд тууштай хэрэглэгдэж байсан. Мэдээж 2001 онд Жобсыг анх удаа энэ үгийг яриандаа хэлсэнээс хойш шүү дээ! Тэгэхдээ MacBook Air-ийг дугтуйнаас гарган ирсэнийхээ дараа, ‘дэлхийн хамгийн нимгэн нотебүүк’ хэмээн зарласан шиг, тэр түлхүүр-санаагаа тийм дурын үедээ хэлдэггүй. Тэр театрын найруулагч шиг, санааг хүргэхэд хамгийн тохиромжтой үзэгдлийг эхэлж бүтээдэг байна. Жобс, “iPod”-ыг танилцуулж байхдаа ч гэсэн гол санаагаа шууд хэлсэнгүй, харин ч үе шаттай, бага багаар ойлгуулж гаргаж ирсэн юм.

““iPod”-ын хамгийн гол зүйл нь түүнд 1000 дуу багтана” хэмээн Жобс илтгэлдээ: “Өөрийн бүх дуу хөгжмийн цуглуулгатайгаа байнга цуг байна гэдэг нь сайхан биш гэж үү. Энэ бол хөгжмийн ертөнцөд дахь бас нэгэн дэвшил юм” (1000 дуу багтах төхөөрөмж нь тухайн үед тийм ч сонин, содон зүй биш байв, учир нь үүнээс ч илүү багтаамжтай мультимедиа тоглуулагч нар оршиж байжээ. Тэр зүгээр л энэ мэдээллээр өөрийн гол санаагаа хэлэхэд нэг алхам ойртжээ). “Үүгээр зогсохгүй, “iPod”-ын хамгийн сайхан нь юу вэ гэвэл таны бүх хөгжмийн цуглуулга тань ердөө таны халаасанд багтана гээд боддоо. Тиймээ, “iPod” үнэхээр авч явахад авсаархан. Тэр ердөө багц хөзөр шиг л хэмжээтэй”. (Слайд дээр багц хөзрийн зураг харагдав.) “Түүний урт нь 10 см, харин өргөн нь 6 см, зузаан нь хоёрхон см. Энэ үнэхээр бага хэмжээ юм. Тэгээд ердөө 185-хан грамм жинтэй. Тэр таны халаасанд тань байх гар утаснаас жижиг гээд боддоо. “iPod”-ын хамгийн гол онцлог нь энэ л байна. Тэр нэг иймэрхүү харагдана”. (Слайд дээр хэсэг зураг харагдана. Тэр одоо болтол амьдаар нь “iPod”-ыг харуулсангүй.) “Тэгээд юу гээч, миний халаасанд нэг ийм төхөөрөмж бий!” гэж хэлээд тэр халааснаасаа “iPod”-ыг гаргаж ирээд үзэгчдэд үзүүлэв. Танхим ч шуугилдаж, хашгиралдана. “Энэ бол мянган дуутай, дээр нь миний халаасанд багтсан жижиг хэмжээтэй гайхалтай төхөөрөмж юм” гэж хэлээд тэр яриагаа өндөрлөжээ.

“iPod”-д зориулсан New York Times-ийн гарчиг нь “1000 дуу таны халаасанд” хэмээсэн байжээ. Үүнтэй ижил олон сонин сэтгүүлүүд яг л энэ гарчигаар “iPod”-ын мэдээлийг нэрлэсэн юм. Сэтгүүлчид үүнээс илүү гарчиг бодож олж чадсангүй. Учир нь Стив Жобс

“Prod”-ыг энэ гарчигтай мөнхөд нэгтгэж өгч чадсан болохоор тэр. Үүнээс гадна тэр энэ гарчигтай холбоотой сэтгэл зүйн үзүүлбэрүүдийг олон хийж, үзэгчдийн сэтгэгдэлийг энэ гарчигтай нягт холбож өгсөн учираас тэр.

1997 онд Жобс нь түр захиралаар “Apple”-д эргэн ирсэн юм. ‘Түр’ гэсэн цолноосоо тэр 2 жил хагасын дараа салсан. Тэгэхдээ бусад, ердийн захиралуудын адилаар Жобс нь үүнийг хэвлэл мэдээллээр зарласангүй. Тэр илүү ихийг бодож төлөвлөсөн байжээ.

2000 оны 1 сарын 5-нд болсон 2 цагийн ярианыхаа төгсгөлд, Жобс нь даруухан хоолойгоор өөрийн бренд болсон “Дахиад, бас нэгэн зүйл бий” гэдэгээ хэлэв. Тэгэхдээ, Жобс нь “бас нэгэн зүйл”-ийнхээ талаар тийм ч хурдан ярьсангүй. Тэр үзэгчид дунд сэтгэгдэл, догдлол төрөхийг хүлээн тэвчээртэй зогсоно. Ингээд хэсэг зогссоны эцэст, Жобс эхлээд “Apple”-ийн интернет-стратегийн ажилчдад талархал илэрхийлж, тэднийг босгож харин үзэгчдэд тэдэнд хүндэтгэл үзүүлэн алга ташихыг хүссэн байна. Мөн тэр хамтран ажилладаг зар сурталчилгааны агентлаг болон дизайны студийн хамт олонд мөн талархаснаа илэрхийлжээ. Энэ бүхний дараа, тэр гол мэдээндээ орлоо:

“Сүүлийн 2 жил хагасын хугацаанд “Apple”-ын бүх ажилчид дэндүү их ажилласан. Энэ бүх хугацаанд би “Apple”-ын захиралын үүрэг гүйцэтгэгч нь байсан гэдэгийг та бүхэн мэдэж байгаа. Мөн үүний хажуугаар би PIXAR-ын үндсэн захиралаар ажилладаг байсан билээ. PIXAR-ын ажилдаа ч гэсэн би үнэхээр дуртай. Ингээд, одоо би нь “Apple”-ын захиралын үүрэг гүйцэтгэгч гэх цолноос салах цаг нь иржээ. Би та бүхэнд өнөөдөр, “Apple”-ийн үндсэн захирал болсоныг хэлэхэд үнэхээр таатай байна” гэхэд танхимд сууж буй үзэгчид суудалнаасаа өндийн түүнд баяр хүргэв. Харин Жобс нь энэ бүх талархалыг хүлээн авахад дэндүү даруу ажээ: “Та бүхэн миний инээдийг хүргэж байна шүү. Би өдөр болгон ажилдаа явах хэрэгтэй болно гэсэн үг шүү дээ!! (үзэгчдэд инээд бэлэглэв). Тэгэхдээ би дэлхийн хамгийн авьяаслаг залуучуудтай хамт ажилладаг болохоор би үнэхээр баяртай байна. Би та бүхний талархалыг “Apple”-ын бүх ажилчдын өмнөөс хүлээн авья”.

Бүхнийг өөрчлөх бүтээгдэхүүн

2007 оны MacWorld дээрх илтгэлийн 26 дахь минутанд Жобс нь “Apple” TV-гийн талаар яриагаа дуусгав. Тэр уснаас нэг балгачихаад, тайзны төв рүү хорин секундын турш чимээгүй, тайвнаар алхана. Тайзны голд Жобс нь бараа сурталчлах хамгийн “шилдэг” техникт хүргэсэн нэгэн түүхийг ярих ажээ. Бид энэ илтгэлийн элементүүдийг хангалттай судалсан ба түүний гарчиг, гурвын дүрэм гэх мэт. Тэгвэл одоо яг энэ хэсэг дээр арай дэлгэрэнгүй зогсоод үзье. Доорх хүснэгтийн текстээс та Жобс нь зөөврийн төхөөрөмжнөөс хурдан интернет орох шинэ төхөөрөмжийг танилцуулж байгааг ойлгох болно.

Жобсын үг	Жобсын слайд
Би жил хагасын өмнөөс л энэ өдрийг ирэхийг тэсэн ядан хүлээж суулаа. Хэдэн хормын дараа та бүхэн ертөнцийг өөрчлөх нэгэн бүтээгдэхүүнтэй танилцах болно. Ер нь хүн болж төрсөнийх ямар нэгэн иймэрхүү, түүхэнд үлдэх бүтээгдэхүүн, төслийн нэг хэсэг байна гэдэг нь үнэхээр аз завшаан. “Apple” ч гэсэн үнэхээр баяртай байгаа, учир нь тэр нэг байтугай нилээд хэдэн ийм, хувьсгалыг авчирсан бүтээгдэхүүнүүдийг та бүхэнд бэлэглэсэн болохоор тэр.	“Apple”-ийн лого
1984 онд бид “Macintosh”-ыг танилцуулсан. Энэ нь зөвхөн “Apple” гэлтгүй, бүх компьютерийн зах зээлийг өөрчилсөн бүтээгдэхүүн байсан.	Macintosh-ийн фото зураг. Зүүн дээд талд 1984 гэдэг тоо харагдана.
2001 онд бид хамгийн анхны “iPod”-ыг танилцуулсан. “iPod” нь хөгжим сонсох хэлбэрийг өөрчлөөд зогсохгүй, бүх хөгмийн зах зээлд эргэлт авчирсан.	Анхны “iPod”-ны зураг гарч ирнэ. Зүүн дээд талд 2001 гэсэн цифр харагдана.
Харин өнөөдөр, бид та бүхэнд хувьсгалыг авчирах 3 бүтээгдэхүүнийг танилцуулах гэж байна.	“Apple”-ийн лого
Нэгт, Том дэлгэцтэй, сенсортой анхны “iPod”.	Жирийн “iPod”-ны зураг, доор нь “Том дэлгэц, сенсор удирдлага”
Хоёрт, хувьсгалыг авчирах гар утас.	Утасны энгийн зураг, доор нь “хувьсгалыг авчирах гар утас”
Харин гуравдах нь хаана ч интернет орж болох төхөөрөмж.	Safari-гийн лого, доор нь “интернет төхөөрөмж”
За ингээд, гурван зүйл: Том дэлгэцтэй, сенсортой “iPod”, хувьсгалыг авчирах гар утас, мөн хаана ч интернет орж болох төхөөрөмж.	Утас, “iPod”, “safari”-гийн лого нэг слайд дээр харагдана.
“iPod”, гар утас, интернет төхөөрөмж... Та энэ гурав нь гурван тусдаа зүйл биш гэдэгийг сонсвол итгэх үү?	Гурван зураг эргэлдэнэ.
Энэ бүгд нэг төхөөрөмж ба, бид үүнийг “iPhone” хэмээн нэрлэсэн юм.	Слайдны төвд “iPhone” хэмээх үг.
Өнөөдөр “Apple” гар утсыг дахин шинээр үйлдвэрлэлээ!	Текст: “Apple” утсыг дахин үйлдвэрлэлээ
За тэгэхээр, энэ байна? (инээд)	Дэлгэцэн дээр “iPod”-ны хошин зураг харагдана. (бүгд инээлдэнэ)

Үзэгчид намжихад, Жобс нь одоогийн оршин тогтнож буй ухаалаг утаснуудын гол дутагдалуудыг тайлбарлах аж. Мөн тэрээр “iPhone” гэж юу болох, ямар гол гол функцуудтэй болох талаар жижиг тайлбарыг өгөв. Түүний энэ яриаг бүхлээр нь үзсэн хэн болгон, энэ 3 минутын танилцуулга нь (дээрх хүснэгтэнд оруулсан) түүний илтгэлийн хамгийн

мартагдашгүй хэсэг байсан хэмээн ярьдаг байна.

Жобс хэрхэн үзэгчид дунд догдлол, хүлээлтийг бий болгож байгааг сайтар ажигла. Тэр зүгээр л: “Бидний дараагийн танилцуулах бүтээгдэхүүн бол - “iPhone”. Энэ бүтээгдэхүүнээр “Apple” нь гар утасны зах зээлд орж байгаа юм. Тэр ийм загвартай. Одоо би та бүхэнд арай дэлгэрэнгүй танилцуулья” гээд шууд эхэлчиж болох байсан. Хэрэв ингэсэн бол үзэгчдийн сэтгэгдэл, хүлээлтийг байхгүй болгож, хэний ч тархи толгойнд үлдэхгүй байсан нь тодорхой. Харин тэгвэл Жобсийн яриа нь үүний яг эсрэг байдаг. Түүний өгүүлбэр болгон нь үзэгчдийн хорхойг улам хөдөлгөж байдаг байна. Хувьсгал хийсэн бүтээгдэхүүнүүд болох “Macintosh”, “iPod”-ыг үзэгчдэд сануулахад, бүх л үзэгчид ‘дараагийн хувьсгалыг хийх бүтээгдэхүүн нь юу юм бол?’ хэмээн бодох нь дамжиггүй. ‘Зөв зөв, Жобс нь шууд 3 бүтээгдэхүүний талаар ярих гэж байгаа юм байна. Сайн байна. Хүлээгээрэй. Үнэхээр 3 бүтээгдэхүүний талаар ярих гэж байна уу? Үгүй ээ, тэр нэг бүтээгдэхүүний талаар ярьж байгаа юм байна, нэг л төхөөрөмж! Би үүнийг харах ёстой’.

Жобсийн илтгэл болгон нь энэ мэт хүмүүсийн хоорондоо ам дамжин ярих онцлог мөч, хоромтой байдгаараа онцлог. Бүтээгдэхүүн нь тайзыг эзэмдэж, харин Жобс өөрөө яг л найруулагч мэт. Спилбергийн кинонуудаас юу нь таны сэтгэлд, тархинд үлддэг вэ? Индиана Жонс гэхээр таны толгойд юу бууж байна? Шляпан малгай, ташуураа эргүүлэх түүний дүр л хамгийн түрүүнд байна. Тэгвэл энэ аргыг ч гэсэн Жобс өөрийн яриа илтгэлдээ ашигладаг юм. Тэр бүх догдлолуудыг бий болгох, үүсгэх тэр л хормыг найруулаж чаддагаараа бусдаас онцлог. Сүүлийн 30 жилийн турш түүний ярих хэв маяг, слайд, ярианы зохион байгуулалт гээд олон юм өөрчлөгдсөн ч түүний ийм уран сайханы үзүүлбэрийн хэв маяг нь хадгалагдаж үлдсэн юм.

Санамж :

* “Ээ бурхан минь” хэмээн дуу алдмаар мөчийг өөрийн илтгэлдээ заавалчгүй бий болго. Сайтар төвлөр. Энэ мөч нь заавал “iPhone”, “Macintosh” шиг хувьсгал авчирхаар байх албагүй. Энэ нь таны хувийн түүх, бараа бүтээгдэхүүний танилцуулга, аль эсвэл цоо шинэ, алмайруулам мэдээ мэдээлэл ч байж болох юм. Стивен Спилберг шиг кино зохиолч нар хүмүүст хүрч чадах, тэднийг инээлгэж, ухааруулж, уйлуулж чадах тийм мөчийг үргэлж хайж байдаг. Тийм ч учир түүний кино нь амжилтыг олдог. Хүн болгон мэдрэмжээр цангаж байдаг гэдэгийг сана. Тийм учир мэдрэмж төрүүлэх хоромыг өөрийн илтгэлдээ заавал оруулж өг. Энэ хором нь гэнэтийн байх тусам төдий сайн.

* Оргил цэг, гайхашируулах мөчийг хүлээлгэ. Илтгэлээ зохион байгуулсан бол энэ мөчийг үзэгчиддээ дэлгэхдээ үзэгчдэд хүлээлт, догдлолыг үүсгэ. Таны илтгэл тань яг л уран сайханы зохиол мэт үйл явдал, утгаар дүүрэн, хүлээлт, догдлолоор дүүрэн байх учиртай гэдэгийг сана. Уран сайханы зохиол кинонд хамаг гол нууц, гол гогцоог хамгийн түрүүнд задалдаггүйтэй адил та ч мөн адил тэр мөч хүртэл бага багаар дөхөж оч, догдлолыг үүсгэ. Брюс Виллсийн тоглосон ‘Зургаа дахь мэдрэхүй’ гээд киног та үзсэн л биздээ. Энэ киноны оргил цэг нь киноны төгсгөл байдаг шүү дээ. Үзэгчдийн огт төсөөлж байгаагүй, огт бодож байгаагүй тийм л эргэлтээр кино төгсдөг. Ядаж ганц л мэдрэмж төрүүлэх, үзэгчид тань хэзээ ч мартагдахгүй тийм л мөч, үзэгдлийг бий болго.

* Илтгэлийн оргил энэ мөчийг сайтар давт. Энэ мөч нь ямар ч алдаа мадаггүй явагдах учиртай. Хэрэв бэлтгэл хангагдаагүйгээс болж хэлэх гэсэн санаа, хүргэх гэсэн мэдрэмжээ үзэгчиддээ өгч чадахгүй бол тун харамсалтай. Таны танилцуулга болон слайдтай чинь таны үг хэллэг, хоолойн өнгө зохицох учиртайг сана.

Даалгавар:

Шиллер хамгийн сайнаас суралцсан нь.

2009 оны 1 сарын 6 бол “Apple”-ын маркетингийн албаны ерөнхийлөгч Фил Шиллерийн хувьд тун чухал өдөр байлаа. Тэр MacWorld-ын тайзан дээр Стив жобсыг орлон яриаг хийх ёстой байсан юм. (Тэр жилийн Macworld нь Жобсын оролцож байгаа хамгийн сүүлийн жил гэдгийг “Apple”-ийхан хэвлэл мэдээллээр дамжуулж зарласан байв). 30 жил тайзан дээр гялалзсан амжилт гаргасан хүнийг орлоно гэдэг хүнд даалгавар Шиллерт оноогджээ. Гэвч Шиллер нь энэ даалгаварыг тун амжилттай даван туулсан юм. Түүний илтгэл нь Жобсын хамгийн чухал бүх элементүүдийг багтаасан байв. За ингээд Шиллерийн ашигласан 7 техникийг харцгаая:

* Твиттер мэт товч агуулга. Шиллер нь өдрийн сэдэвийг шууд л дэлгэсэн байна. “Өнөөдөр бид зөвхөн Mac-ийн тухай ярих болно” хэмээн тэр танхимд цугларсан хүмүүст хандан хэлжээ. Энэ нь Жобсын сүүлийн 2 жилийн MacWorld-ын илтгэлийн эхлэлийг санагдуулам байв. 2008 онд Жобс нь MacBook Air-ыг танилцуулахаар яриагаа эхлэхдээ ‘агаар’-тай холбоотой зүйл ярин эхлүүлсэн юм. (air - агаар гэсэн үг). 2007 онд тэр “Apple”-ынхан ‘хувьсгалыг хийнэ’ хэмээн яриагаа эхлүүлсэн. “iPhone” нь үнэхээр хувьсгал авчирсан бүтээгдэхүүн байсан нь дараа нь нотлогдсон.

* Чиглэл. Яг Жобс шиг Шиллер нь ‘гурвын дүрэм’-ийг бүтээгдэхүүнээ танилцуулахдаа ашигласан байгаа юм. “Би та бүхэнтэй 3 зүйлийн тухай ярьмаар байна. Нэгдэх нь, iLife-ийн шинэ хувилбар, хоёрдахь нь iWork-ийн шинэ хувилбар, харин гуравдахь нь 17 инчийн MacBook Pro”.

* Тоог хувиргах. Өөрийн босс Жобс шиг тэр мөн тоон утганд өндөр анхаарал тавьсан байна. Түүний мэдээлсэнээр долоо хоногт дунджаар 3,4 сая хүн “Apple”-ийн дэлгүүрээр зочилдог гэнэ. Энэ тоог хувирган, Шиллер нь ‘энэ нь 7 хоног болгон 100 MacWorld болдог гэсэн үг юм’ хэмээжээ.

* Амьд танилцуулга. Амьд танилцуулга нь Стив Жобсын яриа, илтгэлийн нэгэн гол хэсэг гэдгийг та бүхэн ойлгохсон байх.

Тэгвэл Шиллер нь ч гэсэн Жобсын энэ арга техникийг ашигласан байна. Тэр яг л Жобс шиг, компьютерийн ард суун, дэлгэцэн дээр шинэ нэмэгдсэн функц болон, iLife болон iWork-ийн шинэ хувилбаруудыг харуулсан байна. Надад, ялангуяа KeyNote ‘09-ийн танилцуулга ихэд таалагдсан. Одоо бүр ямар ч график дизайны талаар ойлголтгүй хүн Стив Жобс мэт слайдыг зохиох боломжтой болж дээ гэж санагдсан шүү.

* Тайзыг хуваалцах. Шиллер нь мөн, Жобс шиг бүх тайзыг ганцаараа эзэгнэсэнгүй. Тэр шинэ бүтээгдэхүүнийг танилцуулахдаа өөрийн тайзыг, тухайн салбарт олон жилийн туршлага хуримтлуулсан, авьяаслаг хамтран ажиллагсадтайгаа мөн адил хуваах ажээ. Жишээ нь, янз бүрийн бичлэг янзлах программ болох iMovie’09-ийн шинэ хувилбарын танилцуулган дээр тэр iMovie’09 төслийн гол инженерүүдийн нэгийг урин авчирсан байсан юм. Мөн Шиллер, 17 инчийн шинэ MacBook Pro-г танилцуулахдаа тэрээр энэ том дэлгэцтэй нотебүүкний

хамгийн, хамгийн сайн тал нь аккумулятор шиг хүчин чадалтай батерейтэй болсон зарлажээ. Үүнийг тайлбарлахдаа, MacBook

Pro-гийн аккумулятор дээр тусгайлан ажилласан гурван инженерийн видеог үзүүлсэн юм. Энэ бичлэгэн дээр энэ гурван инженер нь, MacBook Pro-гийн ерөнхий хэмжээ нь томорсон ч, жин болон үнэд нөлөөлөхгүйгээр барахгүй, дээр нь сайн, удаан ажиллах батерейг хэрхэн урласан тухай танилцуулах ажээ.

* Энгийн слайд. Жобсын слайд дээр тун цөөхөн үг байдаг. Шиллерийнх дээр ч гэсэн тун цөөхөн үг байв. Эхний слайдууд дээр үг бүр байсангүй, дан зураг. Шиллер нь яриагаа түрүү жил дэлхийн олон оронд шинээр нээгдсэн дэлгүүрүүдийн талаар ярьж эхлэнэ. Мөн, яг л Жобсын слайд шиг Шиллерийн слайдад жагсаалт огт байсангүй. Гол функцуудыг тоочихдоо хүртэл Шиллер нь слайд дээрээ маш цөөн үг ашигласан бөгөөд үүнийгээ харин тодорхойлох зургаар дүүргэж өгч байсан юм.

* Гайхашируулах мөч. Стив Жобсийн бренд болсон “бас дахин нэг зүйл бий” гэдгийг хүртэл Шиллер ярианыхаа төгсгөлд хэлж үзэгчдийг жинхэнэ утгаар нь гайхашируулав. Тэр ‘гурвын дүрэм’-ийг дахиад хэрэглэлээ. Энэ удаа “Itunes”-д ашигласан байна. Түүний хэлсэнээр, 2009 онд “Itunes” -д 3 шинэ зүйл бий болох гэнэ. Үнийн өөрчлөлт, “iPhone”-ий хэрэглэгчдэд 3G холболтоор худалдаа хийх боломж, мөн хуулах боломж. Шиллер нь найман сая дууг өнөөдрөөс эхэлж, яг энэ цаг үеэс эхэлж хуулж болох боломжтой гэж хэлснээр үзэгчдийн зүгээс маш их дэмжлэг, алга ташилтыг аваад, үргэлжлүүлэн дараа жилийн эхний улиралд гэхэд “Itunes” дахь бүх дуу нь DRM-ээс чөлөөлөгдөнө гэж хэлээд улам их алга ташилтыг хүртэв. Энэ нь тэр арга хэмжээний хамгийн оргил мэдээлэл байсныг Шиллер мэдэж байсан юм. Тийм ч учир тэр хамгийн сүүлийн мөч хүртэл үүнийгээ задлаагүй байна. Үнэхээр л энэ мэдээ нь дараагийн хэдэн долоо хоногийн турш хэвлэл мэдээллийн эхний хуудасыг чимэж байв.

Гуравдугаар бүлэг

Бэлд бас хөгж

Ингээд бид Стив Жобсыг хэрхэн өөрийн илтгэлийг бэлддэг, зохион байгуулдаг талаар мэдлээ. Бид хэрхэн тайзыг, үг хэллэгийг, слайдыг найруулдагийг ярьцгаалаа. Бид, Жобс хэрхэн дүрийг бий болгож, театр, жүжиг мэт гайхалтай үйл явдалтай болгож, үзэгчдийг гайхашируулалд оруулдагийг харлаа. Тэгвэл одоо бидэнд юуг судлах үлдсэн бэ гэвэл Жобс хэрхэн илтгэлдээ бэлддэг, сургуулилдаг, сэтгэл санааны тал дээр үзэгчидтэйгээ бүрэн холбогдохын тулд яадгийг ойлгох л үлдлээ. Энэ, сүүлийн шат нь удирдагч хүн шиг ярьж, алхаж, харагдахыг хүсдэг хүн бүрт тун чухал юм. Ингээд энэ сэдэвтэй тойм танилцацгаая:

Таны хэрхэн ярих нь таны ярьж буй зүйлээс ч чухал. Дохио зангаа, хоолойн өнгө нь үзэгчдэд үлдээх сэтгэгдлийн 60-аас 90 хувийг хариуцдаг гээд боддоо. Жобсийн ярих хэлбэр нь түүний амнаас гарах үгтэй нь яг таг зохицож байдаг.

Маш цөөн тооны илтгэгчид л Жобс шиг бүхнийг, бүр хамгийн жижиг элементийг хүртэл давтдаг. Тэдний бэлтгэлд зарцуулсан хугацаа нь домог мэт. Судлаачдын бүх төрөлд хамгийн шилдэг болоход зарцуулах бэлтгэлийн хугацааг, энэ бүлэгт Жобс судлаачдын энэ тодорхойлолтыг хэрхэн баталж байгааг харах болно. Та ч гэсэн тэдний зөвлөгөөг даган сайжирч, өөрийн илтгэх чадварыг сайжруулж болно.

Жобсын хувцаслалт бол дэлхий дээрх бүх илтгэгчдийн хамгийн энгийн тайзны хувцас. Тэр бүх илтгэлдээ нэг л хувцсаа өмсөнө. Түүний энэ гангараа нь бүгдэд танил, яагаад энэ хувцаслалт нь Жобст тохирч, харин хэрэв та ийм хувцас өмсвөл таны илтгэлийг 'алж' болох талаар уншаарай.

Жобс үзэгчидтэйгээ ярьдаг, харин өөрийн слайдуудтайгаа биш. Тэр үзэгчидтэйгээ холбогдохыг эрмэлздэг. Үүнд ч тэр үргэлж суралцаж байдаг байна. Энэ эрдэмд, та ч гэсэн суралцах учиртай.

Үнэхээр их бэлтгэл, хөдөлмөр зарсан байлаа ч заримдаа илтгэл нь төлөвлөснөөр явахгүй байх тохиолдол байдаг. Гэвч Жобсыг юу ч айлгаж чадахгүй, учир нь түүний гол зорилго бол - таашаал авах.

Стив болон тайз

Би Стивийн эрч хүч болон идэвхи зоригийг үнэхээр биширсэн.

-Жил Амелио-

Жобс нь төрөлхийн удирдагч. Түүний биеэ авч явж байгаа байдал, түүний хоолой гээд бүх зүйл нь түүний эрх мэдэл, өөртөө итгэлтэй байдал, түүний эрч хүчийг харуулж байдаг. Жобсын эрч хүчийг MacWorld 2003-ын илтгэлээс нь бүрэн харж болно. Доор Titanium Power Book-ны танилцуулган дээр хэлсэн үгсийг дохио зангаатай нь тайлбарлан орууллаа.

Стивийн үг	Стивийн дохио
Хоёр жилийн өмнө бид "Apple"-ийн бас нэгэн бүтээгдэхүүнийг танилцуулсан. Titanium PowerBook гарсанаасаа хойш бас л нотебүүкний зах зээлийг эзэлсэн.	Долоовор хуруугаа өргөнө
Энэ тухай ч гэсэн бүх л мэдээллийн хэрэгсэлээр мэдээлж байсан. Хамгийн гол нь юу гээч, Titanium PowerBook гараад 2 жил болоход түүнийг гүйцэх нэг ч нотебүүк гарч ирээгүй байгаа юм.	2 жил гэдгийг тодотгож хоёр хуруугаа өргөнө.
Бүх л алдартай техник, технологийн сэтгүүлүүд өнөөдөр түүнийг хамгийн шилдэг нотебүүк хэмээн өргөмжилж байна. Titanium PowerBook-тэй бүр нэг нь дөхөж очоогүй юм.	Баруун гараараа агаар зүснэ.
Энэ нь ч "Apple"-д тун чухал юм. Учир нь "Apple"-ынхан нотебүүк нь ширээний компьютерийн зах зээлийг бүрэн орлох чадвартай, илүү эрэлттэй гэж бодож байгаа юм. Өөрөөр хэлбэл бид болж өгвөл маш олон нотебүүкийг ширээний компьютерээр солих зорилготой.	Хоёр гараа дэлгэнэ.

Бид үүнийг яаж хийх вэ? Цаашаа юу болох вэ? Мэдээж Titanium PowerBook нь бидний бүтээгдэхүүнүүдийн гэр бүлийн нэг гишүүн. Тийм учир тэр алга болохгүй, үргэлжлүүлэн сайжиран гарсаар л байх болно. Харин бид илүү олон хүний ширээний компьютерийг нотебүүкээр солиулахыг зорьж байна.	Зүүнээс баруун руу гараа хөдөлгөнө.
Тэгвэл бид үүнийг хэрхэн хийх вэ? Бид үүний тусламжтайгаар хийх болно	Пауз
Энэ бол шинэ, 17 инчийн PowerBook. 17 инч өргөн дэлгэц гээд боддоо.	Алгаа дээш харуулан танилцуулна.
Тэр үнэхээр гайхалтай.	Пауз
Хэрэв та үүнийг хаах юм бол түүний зузаан нь ердөө 1 инч.	Зүүн гарынхаа хуруугаар зузааны хэмжээг үзүүлнэ.
Хамгийн нимгэн PowerBook. Надад яг одоо энэ гайхалтай төхөөрөмжийн нэг нь байна. Та бүхэнд үзүүлэхийг зөвшөөрнө үү?	Тайзны булан руу компьютерээ авахаар явна. Тэгэхдээ үзэгчидтэйгээ холбоогоо таслахгүй.
Энэ бол бидний хийж байсан хамгийн гайхалтай бүтээгдэхүүнүүдийн нэг юм.	Компьютер аван түүнийг задлаж байна.
Шинэ, 17 инчийн PowerBook. Үнэхээр гайхалтай. Дэлгэцийг нь хардаа.	Компьютерээ барин дэлгэцийг нь харуулна.
Ямар нимгэн байгааг хардаа. Итгэмээргүй байгаа биз? Тэр зүгээр л үзэсгэлэнтэй байгаа биз!	Компьютерээ хааж дээш өргөн, үзэгчдэд харуулна.
Энэ бол манай гариг дээр бүтээгдсэн хамгийн дэвшилтэт нотебүүк юм. Бидний өрсөлдөгч нар бидний 2 жилийн өмнөх бүтээгдэхүүнийг хүртэл гүйцээгүй. Тийм учир, тэд одоо үүнийг хараад яах бол гэдгийг би төсөөлөх ч үгүй байна.	Үзэгчид рүү харан инээмсэглэн зогсоно.

Үүнээс дүгнэвэл Жобсын хэлэх үг нь хэлэх хэлбэртэй нь яг таг зохицож, зөвхөн үгээрээ гэлтгүй, мөн биеэрээ ч гэсэн үзэгчдэд нөлөөлж байдаг. Тэрээр хамгийн анхаарах зохих үгнүүдийг бие хөдлөл болон, хоолойн өнгөөр тодорхойлж, илүү их эмоци өгч байдаг. Бид түүний дохио зангааны хэлийг дараа дараагийн бүлгүүдэд дэлгэрэнгүй судалж үзэх болно. Харин одоо, түүний чадварыг өөр нэгэн илтгэгчтэй харьцуулан авч үзье.

Ноён Цааснаас Уншигч гэж хэн бэ?

MacWorld 2007 дээрх “iPhone”-ий таницуулган дээр Жобс Cingular/ AT&T-гийн захирал болох Стен Сигманыг “Apple” хамтран ажиллах болсон учир хэдэн үг хэлүүлэхээр урьжээ. Сигман тайзан дээр гарч, гараа халаасандаа хийсэн чигээрээ яг нэг өнгөөр ярьж эхлэх нь тэр. Энүүгээр ч төгсөлгүй тэр бүр халааснаасаа цаас гарган ирээд түүнээсээ уншиж эхэлсэн байна. Эцсийн эцэст тэр үзэгчидтэй холбоогоо тасалж, бараг л бүх танхим дахь хүмүүс тэр чигээрээ унтаж байлаа. Тэр 6 минут яриа хийсэн. Энэ зургаахан минут тэнд байсан хүмүүсийн хувьд бараг л бүтэн 1 цаг мэт урт санагдаж байв. Хүмүүс цагаа байн байн харан Жобс ирэхийг хүлээнэ.

CNN-ий блог дээр энэ явдлын дараа: “Танган костюм өмссөн Сигман... Цааснаас харан уншиж, маш олон паузыг яриан дундаа хийсэн... Харин уран цэцэн үгтэй Жобс нь нөгөө л нэг хар свиттер, цэнхэр жинс, гүйлтийн пүүзээ өмссөн чигээрээ гаран танилцуулгаа хийлээ... Жобс бол Америкийн хамгийн шилдэг илтгэгч, шоумен юм. Тэр ямар нэг цааснаас харан илтгэлээ хөтөлдөггүй бөгөөд түүний илтгэл нь үнэхээр л маш зугаатай, уйдна гэж байхгүй” гэх агуулгатай зүйл бичигдсэн байна. Өөр олон олон блоггерүүд Сигманы ярианд дургүйцлээ илэрхийлэн “Ноён цааснаас уншигч, ...блаблабла... бүүвэйн дуу аялагч... танхимийг нойрсогч” хэмээн цоллосон байна.

Сигман нь ажлаасаа тэр жилдээ гарсан юм. MacWorld.com-ийн бичсэнээр: “Apple”-ын үнэнч фенүүдэд түүнийг AT&T-гийн захирал гэдгээр нь биш, харин ердийн, Жобсын эсрэг тэсрэг илтгэгч гэдгээр нь, мөн Macworld-ын үзэгчдийг унтахад хүргэсэн гэмт хэрэгтэн гэдгээрээ үүрд үлдэх болно” гэсэн байв.

Сигман нь AT&T-д 42 жил тасралтгүй, хамгийн доод албан тушаалаас эхлээд захирал болтлоо хөгжин дэвшсэн гайхалтай хүн боловч, түүний энэ гайхалтай намтрыг мэдэхгүй хүний хувьд тэр зүгээр л Macworld-ыг нойронд нь авттал нь нэг өнгөөр ‘бүүвэйн дуу’ аялсан хүн мэтээр ойлгогдох юм. Энэ ном тухайн үед гарсан байсан бол Сигман ийм алдаа гаргахгүй ч байсан юм бил үү?

Дохио зангаа, биеийн хэлийг сайжруулах гурван арга

Стив Жобс нь 1985 онд “Apple”-аас халагдсан юм Тэр тухайн үеийн захирал байсан Жон Скаллитай “Apple”-ийг удирдах эрхийн төлөө тэмцэлдээд, ялагдаж, ажлаасаа халагдсан билээ. Үүнээс хойш, Жобс нь бүхэл бүтэн 11 жилийн дараа нэр хүндтэйгээр, 1996 онд, Жобсын байгуулсан NEXT компанийг “Apple”-ийн захирал Жил Амелио 427 сая доллараар худалдан авахад эргэн ирсэн билээ. “Би Жобсын эрч хүч, бүтээмжит оюун ухаан, урам зоригийг хараад үнэхээр биширсэн” хэмээн Жил Амелио өөрийн “Галын Зурвас дээр - “Apple”-д өнгөрүүлсэн 500 өдөр” (On the firing line: My five Hundred

Days at “Apple”) гэх номондоо бичжээ. “Түүний төрх нь оюуны бүтээмжит чадвар, хийсвэр зүйлийг бодит болгож чадах ухаанд нь эргэлзэх зүйлгүй итгэх учиртай гэдгийг харуулж байсан юм”.

Жобс нь тайзан дээр гарахаараа яг л амь орсон мэт бүхнийг удирдаж, хөдөлгөж эхлэнэ. Түүний эрч хүч нь дуусахгүй мэт. Сайтар ажиглавал Жобс нь илтгэл тавьж байхдаа тайзан дээр гурван зүйлийг зайлшгүй хийдэг байна. Энэ гурван зүйлийг зөвхөн Жобс ч гэлтгүй, хэн бүхэн хийж болох бөгөөд хэрэв та илтгэл, яриаг хийх гэж байгаа бол заавалчгүй хийх учиртай. Нэгдүгээрт, тэр үзэгчидтэй харцаараа холбогддог, хоёрдугаарт нээлттэй байдаг, гуравдугаарт өөрийн үгийг биеийн хөдөлгөөн, дохиогоор хүчилж өгч байдаг.

Визуал холбоо

Хамгийн шилдэг илтгэгч нар нь яг л Жобс шиг аль болох нягт, удаан холбоог харцаараа үзэгчидтэйгээ тогтоохыг оролддог байна. Хамгийн шилдэг илтгэгч нарт цааснаас харж уншина гэсэн ойлголт байхгүй. Тэгэхдээ Жобс нь тэмдэглэгээг огт ашигладаггүй биш, түүний танилцуулган дээр тэмдэглэл бий. Хамгийн гол нь энэ нь үзэгчдэд төдийлөн анзаарагддаггүй. KeyNote хэмээх программ нь ч гэсэн слайд гарж байх хооронд илтгэгчид зориулсан тэмдэглэлийг хийх бололцоог олгодог. Жобс тэмдэглэлээс харан уншиж байна гэдгийг тэнд байсан хэн ч олж харахгүй, анзаарахгүй. Учир нь тэр үзэгчидтэйгээ харцаараа нягт холбогдож байдаг болохоор тэр. Жобс слайд руу хааяа нэг харах боловч, удаан гөлөрдөггүй, харсан бол дараа нь гол анхаарал хандуулах объект болох үзэгчидтэйгээ харцаараа дахин холбогддог байна.

Маш олон илтгэгч нар нь слайд дээр гарах текстийг унших гэж дэндүү их цаг алддаг. Зөвхөн цаг алдаад зогсохгүй энэ үеэр тэд үзэгчидтэйгээ визуал (харааны) холбоогоо бүрэн алдаж байдаг. Шинжлэх ухааны судалгааг харвал харцаар холбогдох нь үнэнч, итгэлтэй, чин сэтгэлээсээ байхын илрэл ба, харин харцнаас зугтах юм бол энэ нь итгэлгүй байгаагийн, удирдагчийн шинж чанар байхгүй байгааг илтгэдэг байна. Тийм учир та харцаа үзэгчдээс таслах л юм бол үзэгчдээс холбоогоо тасалж байна хэмээн бодоорой.

Жобс нь үзэгчидтэйгээ маш сайн визуал холбоог бүтээдэг байна. Учир нь тэрээр тайзан дээр гарахаас олон долоо хоногийн өмнө бүхнийг бодож, бэлтгэж байдаг болохоор тэр. Тэрээр танилцуулах слайд дээр юу бичигдсэн байгаа, юу дүрслэгдсэн байгаа, ямар хугацаа эзэлж байгааг сайтар мэдэж байдаг. Илүү их бэлдэх тусам, түүний үзэгчидтэйгээ холбоо тогтоох нь амархан болж өгдөг байна. Харин ихэнхи илтгэгчид маш бага бэлтгэл хийдэг (зарим үед слайддаа найдаад бүр хийдэгчгүй) учир, тэд үзэгчидтэйгээ холбоо тогтоож чадахгүй, үзэгчдийг өөртөө итгүүлж чаддаггүй байна.

Визуал холбоог аль болох нягт тогтоохын хоёрдахь нөхцөл нь слайдын загвар нь байдаг. Түүний слайдад бараг текст байдаггүйг бид ойлгосон. Ихэнхидээ зураг (үзэгдэл 8 болон 17). Хэрэв слайд дээр нь текст байх бол үнэхээр цөөхөн ганц хоёр үг л байх жишээтэй. Ийм ойлгомжтой слайд нь илтгэгчийг, мэдээллийг мэдээлэл хүлээн авагчийн зүг хандуулахад тусалдаг байна.

Нээлтэй байрлал

Жобс нь тайзан дээрээс ярьж байхдаа гараа хумин, элгээ тэврэн, нуруу үүрэн зогсох нь тун ховор. Ямар нэгэн тавилга мебелийн араас ярих нь ч гэсэн тун ховор. Түүний энэ байрлал, зогсолтыг “нээлтэй” гэнэ. Учир нь үзэгчид болон түүний хооронд ямар ч саад болох зүйл байхгүй байгаа болохоор тэр. Компьютер дээрээс танилцуулах хэрэг гарахад Жобс нь компьютерийг тайзан дээр хөндлөн тавих ба, өөрөө үзэгчдийн зүгээс хажуу талаасаа харагдах хэлбэрээр суудаг байна. Энэ байдлаараа үзэгчидтэй нээлтэй байрлалаа хадгалж байгаа нь тэр. Компьютер дээрээ зарим нэг танилцуулахаар зэхсэн юмаа үзүүлээд л, шууд үзэгчид рүү харан хийсэн зүйлээ тайлбарладаг. Ингэж тэрээр үзэгчидтэйгээ визуал холбоогоо аль болох таслахгүй байхыг хичээдэг байна. Түүний хамгийн анхны танилцуулга болох алдарт 1984 оны Macintosh-ийн танилцуулган дээр Жобс нь индэрийн араас яриагаа хийсэн юм. Энэ үйл явдлаас хойш тэр индэрийн араас яриа огт хийгээгүй ба зөвхөн ганц удаа, 2005 онд Стенфордын оюутнуудын өмнө хүндэтгэлийн үг хэлэхдээ эцсийн удаа индэрийн ард зогсон яриаг хийсэн гэдэг.

Гарын хөдөлгөөн

Жобс нь өөрийн бараг өгүүлбэр болгоныг тодотгож, үгийг хүчтэй болгохын тулд гарын хөдөлгөөнөөр дүүргэж байдаг. Зарим хуучны үзэлтэй, илтгэх урлагийн талаар хуучны онол баримтлагчид нь илтгэгчийг гараа хажуудаа байнга номхон зогсон илтгэх нь үзэгчдээ хүндэлж, үзэгчдийн анхаарлыг өөр зүйлд сатааруулахгүй сайн талтай хэмээдэг. Би энэ заавар нь хаанаас эхэлсэнийг мэдэхгүй ч, энэ нь илтгэгчийг амьгүй мэт, мод мэт тэнэг харагдуулна гэдгийг л сайн мэдэж байна. Жобс шиг гайхалтай илтгэгч нар нь гарны хөдөлгөөнөөр маш ихийг харуулж ойлгуулж байдаг. Тэдний яриа илтгэлд гарны хөдөлгөөн бол зайлшгүй байх ёстой үйлдэл юм. Бүр үүн дээр тусгайлсан шинжлэх ухаан, судалгаа хүртэл байдаг.

Чикагогийн их сургуулийн доктор Дэвид Макнейл нь гарын дохио, зангаа, хөдөлгөөний талаархи судалгаагаараа алдарт гарсан нэгэн. Тэрээр энэ чиглэлээр 1980 оноос хойш идэвхитэй судалгаа хийж байгаа аж. Түүний судалгаагаар, гарны хөдөлгөөн болон үг яриа нь хоорондоо нягт холбоотой гэнэ. Гарын хөдөлгөөн нь аливаа илтгэгчид ярихад, санааг ойлгуулахад, мэдээллийг зөв хүргэхэд тус болдог байна. Гарын хөдөлгөөн, биеийн дохио ашиглаагүй яриа илтгэлийг хүртэл ойлгоход тун их эрч хүч, анхаарал шаардагддаг гэнэ. Макнейлын судалгаагаар хамгийн шилдэг, өөртөө хамгийн их итгэлтэй илтгэгчид л гарын хөдөлгөөн, дохио зангааг сайтар ашигладаг нь батлагджээ.

Өөрийн илтгэлийг гарын хөдөлгөөнөөр баяжуулж өг. Хоолойн өнгө, биеийн дохио нь гол анхаарах ёстой зүйл, мэдэх учиртай санааг үзэгчдэд ойлгоход тус болж өгдөг. Тэгэхдээ таны хөдөлгөөн тань бодит байх ёстой гэдэгт анхаараарай. Хэт их урьдчилан тооцоолсон, жүжиглэсэн гарын хөдөлгөөн дохио зангаа нь таны илтгэлийг 'алах' болно гэдгийг сана. Сайн илтгэл хийнэ гээд Жобсын хөдөлгөөн, дохио зангааг дууриах хэрэггүй. Өөрийн, дотроос тань түрэн гарах тийм гарын хөдөлгөөнд эрх чөлөөг нь олгоорой.

Таны хэв маяг чинь яриг

Стив Жобс нь ярьж буй зүйлээ илүү илгомжтой, илүү сэтгэл хөдлөл, догдлолыг үүсгэхийн тулд яг л гарын хөдөлгөөнийг ашигладаг шиг өөрийн хоолойгоо ашигладаг. Түүний илтгэлийн агуулга, танилцуулга, слайдууд гээд олон зүйл үзэгчдийн сэтгэл хөдлөлийг өдөөж байдаг ч энэ нь хоолойн өнгө, ярих, хэлэх нь онцгүй хэв маягтай байсан бол ямар ч нөлөөгүй юм. 2007 онд “iPhone”-ийг танилцуулж байхдаа тэрээр үнэхээр сонирхолтой түүхийг ярьсан бөгөөд, хоолойн өнгөний тусламжтайгаар энэ түүхэндээ уянгын халил, уран зохиолын чанар оруулж, улам чимэж өгч байсан юм. Бид урьдны бүлгүүдэд түүний энэ илтгэлийг нарийн судлаж үзсэн. Тэгвэл одоо бид Жобсыг “iPhone”-ийг танилцуулахдаа ямар хэлбэрээр ярьсаныг нь судалж үзье. Хэдий хамгийн сайн, хамгийн зөв слайд байсан ч гэсэн хэрэв илтгэгч нэг өнгөөр робот мэт ярих юм бол тэр слайд нь ямар ч нөлөөгүй юм. Илтгэгч хүн уран уншигч адил хоолойн өнгөөрөө хүртэл түүхийг, үйл явдлыг сонсогчиддоо мэдрүүлэх учиртай.

Доорх хүснэгт нь Жобсын хэлсэн зүйлийг, яаж хэлсэн хоолойн өнгөтэй нь хамт харуулсан хүснэгт юм. Хүснэгтэд гарах хэсэг нь бидний 13-р үзэгдэлд судлаж үзсэн “iPhone”-ий танилцуулганы хэсэг. 13-р бүлэгт бид ямар слайд гарахад тэр яаж тайлбарласныг судласан бол, харин энэ удаа тэр тайлбараа хэрхэн хоолойн өнгөөрөө чимэж улам ойлгомжтой болгож байгааг судалъя. Жобсын ярих хурд, хоолон чанга сул, зогсолт авч байгаа байдлыг хүртэл аль болох ойлгомжтой бичихийг хичээлээ. Сайн анхаарлаа хандуулцгаараарай!

Стивийн үг	Стивийн хэлэх байдал
Би энэ мөчийг 2 жил хагасын түрш хүлээлээ.	Пауз
Хэдхэн хормын дараа та бүхнийг өөрчлөх тийм л бүтээгдэхүүнтэй танилцах болно.	Пауз
“Apple”-ийнхан ч гэсэн үүнийг танилцуулах гэж байгаадаа үнэхээр баяртай байгаа. Учир нь бид урьд нь ч гэсэн ийм, хувьсгалыг авчирсан бүтээгдэхүүнүүдийг хийж, олонд хүргэж байсан билээ. 1984 онд бид “Macintosh”-ийг танилцуулсан. Тэр зөвхөн “Apple”-ийг өөрчлөөд зогсохгүй бүх л компьютерийн зах зээлийг өөрчилсөн	Пауз
2001 онд бид “iPod”-ыг танилцуулсан.	Пауз
Тэр зөвхөн хөгжим сонсох хэлбэрийг өөрчлөөд зогсохгүй, бүх хөгжмийн зах зээлийг өөрчилсөн	Пауз
Харин өнөөдөр бид та бүхэнд, нэгэн зэрэг гурван хувьсгалыг авчрах төхөөрөмжүүдийг танилцуулах гэж байна. Нэгдүгээрт....	Пауз
....том дэлгэцтэй, сенсорон удирдлагатай шинэ “iPod”. Хоёрдахь нь.	Пауз
...хувьсгалыг авчрах шинэ гар утас. Харин гуравт нь	Хоолой нь арай чангарна
...хувьсгалыг авчрах интернет төхөөрөмж. За ингээд 3 бүтээгдэхүүн: том дэлгэцтэй, сенсорон удирдлагатай шинэ “iPod”, хувьсгалыг авчрах шинэ гар утас, интернет төхөөрөмж.	Пауз.
“iPod”, гар утас, интернет төхөөрөмж.	Хоолой нь чангарч эхэлнэ.
“iPod”, гар утас.... Та бүхэн ойлгож байна үү?	Бүр хурдан ярьж эхэлнэ. Хоолой нь улам чангарна.
Энэ бол гурван тусдаа төхөөрөмж биш юм... Энэ бол бүгд нэг төхөөрөмж.	Хоолой нь бүр чангарна.
....бид үүнийг... “iPhone” гэж нэрлэсэн юм.	Хоолой нь улам чангарна.
Өнөөдөр “Apple” үтсыг дахин бүтээлээ.	Хамгийн чангаараа хэлнэ. (тунхаглана)

Жобс нь үзэгчдэд догдлол, сонирхол, хүсэл төрүүлэхийн тулд хоолойгоо байнга чангаруулж байдаг. Та хичнээн сайн бүхнийг бэлдэж, бүхнийг зохион байгуулсан байгаад, нэг хоолойн нэг өнгөөр бүгдийг урсгах юм бол таны илтгэл, яриа тань үнэхээр уйтгартай болж, амжилтыг олохгүй. Тэгвэл Жобс нь өөрийн хоолойг ашиглаж хэлж, ярьж буй үйл явдалд өнгө нэмдэг юм. Энэ мэт тэрээр өөрийн бүх илтгэлдээ энэ техникийг ашигладаг. Сонсогчдын сонирхолыг татахын тулд, Жобс нь өөр хоорондоо холбоотой дөрвөн аргыг ашигладаг байна. Энэ нь хувиргалт, зогсолт, чанга/сул, хурд.

Хувиргалт

Жобс нь хоолойн нэг өнгөөр бүхнийг урсгадаггүй, чухал хэсэг, анхаарахад зохистой хэсэг дээр үргэлж хоолойгоо хувиргаж байдаг. Хэрэв Жобс нь яг нэгэн хэвийн, нэг байдлаар, робот шиг “iPhone”-ий танилцуулгыг хөтлөн явуулсан бол ямар уйтгартай, ямар сонирхолгүй яриа болох байсан бол? Үүний оронд, жишээ нь: ““iPod”, гар утас.... Та бүхэн ойлгож байна уу?” болон “Энэ бол гурван тусдаа төхөөрөмж биш юм, энэ бол бүгд нэг төхөөрөмж” гэдэг хэсгийг Жобс нь арай чанга өнгөөр хэлж үзэгчдийг бүрэн байлдан дагуулсан юм. Түүнд илтгэл болгондоо үргэлж ашигладаг хэдэн бренд үгнүүд бий: “итгэмээргүй”, “гайхалтай”, “гайхамшигтай” “үнэхээр” гэх мэт. Энэ үгнүүдийг Жобс нь бусад үг, өгүүлбэр шиг нэгэн хэвийн байдлаар хэлсэн бол үзэгчдэд ямар ч сэтгэгдэл төрүүлэхгүй нь лавтай. Ингэж Жобсын илтгэлд хоолойн өнгө хувиргалт нилээдгүй их үүргийг гүйцэтгэдэг юм.

Пауз

Сайн бодож, сайтар бэлтгэгдсэн, цагаа олсон пауз нь үзэгчдийн сэтгэл хөдлөлийг оргил цэгт нь аваачдаг. “Өнөөдөр бид бүхэн “Apple”-ийн гурав дахь төрлийн шинэ нотетүүкийг танилцуулах гэж байна” хэмээн MacWorld 2008 дээр хэлчихээд паузыг авсан юм. “Түүнийг MacBook Air гэдэг “ гэж хэлчихээд, гол онцлогийг хэлэхийн өмнө дахин нэг том пауз авчээ. “Тэр бол дэлхийн хамгийн нимгэн нотебүүк”.

Жобс нь илтгэлийнхээ үеэр яардаггүй. Тэр өөрийн өгүүлбэр болгонд үзэгчдэд хүрэх хугацааг хангалттай өгдөг. Тэр хэрэгтэй үед нь дуугаа хурааж, үзэгчдэд хэрэгтэй зүйл дээр бодож тунгаах цагийг олгодог. Маш олон илтгэгчид нь хурдан уншлагын тэмцээнд орж байгаа юм шиг яаран мэдээллээ хүргэх нь элбэг. Тэдний ингэдэг гол шалтгаан нь тэд бага цагт маш ихийг багтаасан юмуу, аль эсвэл ярих зүйлээ өөрийн хэлээр тайлбарлаж чадахгүй, бүрэн ойлгоогүйд оршино. Тэгвэл Жобс нь хэзээ ч яардаггүй. Түүний илтгэлийн өгүүлбэр болгон нь сайтар бэлтгэгдсэн учир, тэр өгүүлбэр болгондоо, санаа болгоноо үзэгчдийн тархинд суух боломжийг нь пауз аван, хурдаа удаашруулан олгодог байна.

Чанга болон сул

Жобс хаая чанга ярина, хаая бүр шивнэх мэт ярина. Мэдээж энэ нь үзэгчдэд мэдрэмжийг төрүүлэх зорилготой. Ихэнхидээ тэр энэ арга техникийг шинэ бараа бүтээгдэхүүн танилцуулахдаа ашиладаг. Ямар нэгэн чухал зүйлийн танилцуулга ойртож эхлэхэд тэр хоолойн дууг маш багасгадаг ба, харин тэр л чухал зүйлийг дэлгэх мөч ирэхэд чангаар тунхагладаг байна. (Эсрэгээрээ ч байсан тохиолдолууд бий). Анхны “iPod”-ыг танилцуулж байхад тэрээр маш чангаар: “Өөрийн бүх дуу, хөгжмийн цуглуулгатайгаа үргэлж хамт байна гэдэг нь үнэхээр том дэвшил” хэмээн хэлсэн юм. Үүний дараа тэрээр хоолойгоо намжаан, хамгийн чухал зүйлийг намууханаар хэлжээ: “Хамгийн гол нь та энэ бүх дуу хөгжмийн цуглуулгаа ердөө халаасандаа тээх боломжтой”

Пауз, болон хоолойн хувиргалт нь үзэгчдэд гол санааг хүргэхэд ашиглагддагтай адилхан, хоолойн чанга сул байдал ч гэсэн мөн адил таны амнаас гарах үг болгонд үзэгчдийн анхаарлыг төвлөрүүлэхэд ашигладаг юм.

Стивийн үг	Стивийн хэлэх байдал
Та магадгүй одоо: “Энэ бүхэн сайхан л даа, тэгэхдээ миний нотебүүк том хардтай. Би “Itunes”-тэй. Би бүх зүйлд сэтгэл хангалуун байна. Мэдээж миний нотебүүк 10 цаг батерейгаар ажиллах чадваргүй ч, тэр дэлхийн бүх компьютерийн адил хамгийн удаан ажиллах чадвартай нь шүү дээ” гэж бодож байна үү?	Удааширалт
За тэгэхээр “iPod”-д юу нь тийм онцог гэж?	Пауз хийн, нам хоолойгоор ярина.
Тэр багц хөзөр мэт хэмжээтэй. Өргөн нь 6 см, үрт нь 10, харин зузаан нь ердөө 2 см. Энэ бол тийм ч их хэмжээ биш. Дээр нь маш хөнгөхөн - 185 гр жинтэй. Тэр, яг одоо таны халаасанд байгаа гар утаснаас ч жижигхэн. Үүнийг л “iPod” гээд байгаа юм шүү дээ.	Удаашируулж, нам холгойгоор ярина.
Тэр бол зөөврийн төхөөрөмж	Бараг шивнэх шахам хэнэ.

Биеийн хөдөлгөөн болон хэлэх арга барилаа давтахаа мартаж болохгүй. Энэ хоёрыг хэзээ ч дутуу үнэлж болохгүй. Судлаач Альберт Мерабьяны баталсанаар үгийн утгаас гадна, бусад хүчин зүйлүүд нь илтгэлд хамгийн их нөлөөг үзүүлдэг гэнэ. Хоолойн өнгөний хослол, биеийн илэрхийлэл нь ярианд нөлөөлдөг хоёр чухал зүйл юм байх. Харин хамгийн сүүлд буюу дээрх хоёрыг бодвол арай чухал бус зүйл нь таны хэрэглэж буй үг гэнэ.

Стив Жобсын биеэ авч явах нь, ярих байдал нь түүнийг жинхэнэ лидер гэдэгийг бусдад харуулж, өөрөөсөө итгэлийг цацруудаг байна. Нэгэн удаа Баррак Обама ерөнхийлөгчийн хэлсэнчлэн, өөрөө нийгмийн ажилтнаас ерөнхийлөгч болох энэ замналд олж авсан хамгийн том хичээл нь “юуг ч хийсэн өөртөө хамгаас итгэлтэй хийх хэрэгтэй” гэдэг хичээл гэнэ. Тийм учир та ч гэсэн өөртөө итгэн, хэлэх байдал, хийх үйлдлээрээ бусдад итгэлийг мэдрүүлж, бусдыг биширүүлэх учиртай.

Хүмүүс үргэлж таныг дүгнэж байдаг, ялангуяа танилцсанаас хойших эхний 90 секундэд суурь дүгнэлтийг хийдэг байна. Анхны үг, анхны өгүүлбэрээ хэрхэн хэлэх, таны бие, гар тань ямар

дохио, хөдөлгөөн үзүүлэх гэх мэт нь таны үзэгчид таныг цааш сонсох эсэхийг, гайхаширалд орох эсэхийг шийддэг гол үзүүлэлтүүд юм. Стив Жобс нь гайхалтай илтгэгч бөгөөд түүний үг хэл, яриа хөдөлгөөн болгон нь түүний дотоод эрч хүчээр бүрэн цэнэглэгдсэн байдаг.

Санамж

* Өөрийн биеийн болон гарын хөдөлгөөнийг сайн анхаар. Үзэгчидтэйгээ визуал холбоог сайн тогтоо, нээлттэй байрлалыг бий болго, гарын хөдөлгөөнийг ашигла. Өөрийн сэтгэл хөдлөлдөө эрх чөлөөг олго. Судалгаагаар, гарын хөдөлгөөн, дохио нь тухайн хүний сэтгэхүйн чадварыг илэрхийлж, илтгэгчид итгэх итгэлийг үзэгчдэд төрүүлдэг гэдгийг баталсан байна.

* Өөрийн ярих хэлбэрийг хоолойн өнгө, ярих хурд, чанга сул байдлаар өөрчил. Өөрийн өгүүлбэр, үг болгондоо үзэгчдийн тархинд шингэх хугацааг олго. “Пауз”-ыг ашигла. Цагаа олсон пауз нь үзэгчдэд догдлол, хүлээлт, сэтгэл хөдлөлийг бий болгодог.

* Өөрийнхөө хоолойг бичиж сонс. Толинд харан ярьж өөрийн хөдөлгөөн, зангаа, ярих хэлбэрийг ажигла.

Хөнгөхөн, амархан, амьд харагд

Зөвхөн бэлтгэл л таныг мастер болгож чадна.

-Малкольм Глаудуэлл-

Стив Жобс бол үнэхээр туршлагатай, ажлаа сайн мэддэг, тайзыг, үзэгчдийг үнэхээр мэдэрч чаддаг шоумен юм. Түүний хөдөлгөөн, танилцуулга, хэлэх үг, слайд гээд бүгд нэгэн цул болж хоорондоо холбогдсон байдаг. Тайзан дээр ч гэсэн тэр маш тайван, өөртөө маш их итгэлтэй, энгийн харагдана. (Ядаж л үзэгчдийн өмнө хэт тайван, итгэлтэй харагддаг). Тэгвэл түүний энэ тайван, өөртөө итгэлтэй байдал нь нэгэн нууц техник дээр тогтдог ажээ. Жобс нь бэлтгэлийг үнэхээр сайн хийдэг байна. Бүр тодруулбал тэр маш олон цаг, маш олон хоногийн турш бэлддэг юмсанжээ.

“Жобс нь “Apple”-ын шинэ бүтээгдэхүүнүүдийг, яг л техникт хорхойтой таны сайн найз, таны техникийн талаар ямар ч мэдлэггүй гэр бүлийнхэнд танилцуулж байгаа юм шиг ойлгомжтой танилцуулдаг. Ингэж ойлгомжтой тайлбарлах чадвар нь тэгвэл үнэхээр их хөдөлмөр, цаг зарцуулж бэлдсэний л үр дүн байдаг юм” - хэмээн BusinessWeek-ийн сурвалжлагч тодотгосон байна. Нэгэн “Apple”-ийн удирдах албан тушаалтан Жобсын урилгаар MacWorld-ын бэлтгэл ажил дээр ирэхэд Жобс нь тайзан дээр өөрийн яриагаа бэлдэн 4 цагийн турш түүнийг хүлээлгэсэн тухай баримт бий. Жобс нь өөрийн илтгэх, танилцуулах арга хэмжээ нь өрсөлдөгчдөөс тасрах нэгэн багаж зэвсэг гэдэгт итгэдэг байна. Google-ийн маркетингийн албаны ерөнхийлөгч Марисса Маер нь мөн Жобсыг хамгийн сайн илтгэгч гэдэгтэй зуун хувь санал нийлдэг. Тэр өөрийн менежер, маркетингийн албаныхныг Жобсын илтгэлд байнга суулгадаг гэнэ. Түүний хэлсэнээр: “Стив Жобс бол шинэ бараа бүтээгдэхүүнийг танилцуулахдаа хамгийн шилдэг нь. Манай ажилчдад түүнээс сурах юм үнэхээр их бий. Тэд түүний хэрхэн хийж байгааг амьдаар харах учиртай” гэжээ.

“Тэр үүнийг хэрхэн хийж байна вэ?” BusinessWeek-ын сэтгүүлчийн нийтлэлд бичсэнээр энэ бүхний ард бэлтгэл оршдог гэнэ. Стив Жобс нь үнэхээр маш олон цагийн турш бэлддэг. Та хамгийн сүүлд хэзээ өөрийн яриагаа хийхэд бэлдсэн бэ? гээд өөрөөсөө асуугаад үз! Өөртөө үнэнч хүн энэ асуултанд ‘Хэзээ ч үгүй’ л гэж хариулна. Хэрэв та Стив Жобс шиг гайхалтай илтгэлийг хийхийг хүсэж байвал өдөрт маш олон цаг бэлдэж, нүсэр их хөдөлмөр оруулахаас өөр замгүй.

Хөшигний ард

2005 оны 1-р сарын 5-ны Guardian сэтгүүлийн нийтлэлд “Apple”-ийн ажилтан Майк Эвангелист нь Стив Жобсын илтгэлийн өмнөх бэлтгэл ажлын үеэрх туршилгыг хуваалцсан байна. “Хөндлөнгийн хүний нүдээр бол энэ бүхэн нэг иймэрхүү харагдана. Хар свиттер цамц, цэнхэр жинстэй хүн шинэ технологийн талаар ярина. Үнэн хэрэгтээ юуг хэлэх вэ? Юуг хэлэхгүй орхих вэ? гээд түүний амнаас гарах үг болгон нь маш сайн төлөвлөн, тооцоолсон байдаг. Түүний гайхалтай илтгэл, ярианууд нь үнэхээр олон долоо хоногийн хүч хөдөлмөр, бэлтгэл ажил нь харин ‘найрал хөгжим’ мэт маш олон хүний нягт холбоотой ажиллагааны үр дүн байдаг юм” гэжээ.

Эвангелистийн ажигласанаар Жобс нь илтгэлдээ маш олон долоо хоногийн өмнөөс бэдэж эхэлдэг байна. Танилцуулах бүтээгдэхүүнээ өөрөө бүр эхнээс нь судлаж, ярих зүйлээ бэлдэнэ. Эвангелист нь өөрөө 2001 оны MacWorld дээр танилцуулагдсан iDVD-ны танилцуулгын бэлтгэл ажлын багт ажиллаж байсан байна. Түүний ярьж байгаагаар тэдний баг нь тавхан минутын яриа, слайдыг бэлдэх гэж хэдэн зуун цаг үрсэн байна. Тиймээ, та буруу уншсангүй, тавхан минутын танилцуулганд хэдэн зуун цагийг хэдэн зуун хүн зэрэг ажиллан зарсан байна.

Эвангелистийн бичиж байгаагаар, Жобс нь илтгэл болох өдрөөс хоёр хоногийн өмнөөс бүх зүйлийг, барааны менежер, худалдааны албаныхан гээд бүх хүмүүсийн өмнө бэлдэн хийсэн байна. Жобс дизайны салбарынхантай хамт слайд хийн, слайд дээр гарах текстийн зохион байгуулалт, хэлбэр гээд маш олон зүйлд хугацааг зарсан байна. Танилцуулга болохын өмнөх өдөр нь бүх зүйлийг бүтнээр нь 1-2 удаа давтдаг. Бэлтгэлийн үеэр тэр үнэхээр тэвчээртэй, ярих юмандаа сэтгэлээ шингээсэн байдаг. Хөндлөнгийн хүнд ч гэсэн түүний эрч хүч өлхөн ажиглагдана. Түүний илтгэлээс “Apple”-ийн гол утга, нэр хүнд хамаарна гэдгийг тэр сайн мэдэж байдаг.”

Бүх л бэлтгэлийн турш Эвангелист нь Стивийн биеэ авч явах, бусадтай харилцах байдлыг ажигласан байна. Тэр үнэхээр түүнийг биширжээ. “Стив Жобсыг “Apple”-д үнэхээр нөлөөтэй, “Apple”-ийн нүүр царай болгодог гол зүйл бол түүний өчүүхэн жижиг элементэд хүртэл үнэн сэтгэлээсээ хандан бүхнийг бэлддэгт байдаг. Тэр өөрөөсөө ч, мөн бусдаас ч хамгийн төгс төгөлдөрийг шаарддаг юм” гэжээ.

1999 оны 10 сард Time сэтгүүлийн сэтгүүлч Майкл Кранц, олон өнгийн компьютер болох “iMac”-ын танилцуулга болохын өмнөхөн Жобсоос ярилцлага авчээ. Тэрээр бэлтгэл ажил ид явагдаж байхад Жобстой ярилцахаар иржээ. Жобс тухайн танилцуулганы гол мөчийг бэлдэж байлаа. Тэр ‘шинэ “iMac”-г бүгдээрээ угтан авцгаая’ гэх өгүүлбэрийг хэлэх ёстой байсан юм. Энэ үед, хөшигний араас шинэ компьютерүүд гарч ирэх байжээ. Гэвч, Кранцын бичсэнээр Жобс нь компьютерийн гэрэлтүүлэг таалагдахгүй байна хэмээн гомдоллосон байна. Тэр хөшигний цаанаас гарч ирэх компьютерүүд дээр тусах гэрэл илүү хурц бас илүү хурдтай солигдохыг хүсэж байв. “Алив, бүгд энэ гэрэлтүүлэг хамгийн сайн болтол нь давган хийцгээе!” хэмээн Стив Жобс хэлэх аж. Гэрлийн ажилчид маш олон олон янзаар тусгаж, харин Жобсын сэтгэлд аль ч хувилбар таалагдсангүй.

“Тэгэж тэгэж ашгүй нэг юм тэдний гэрэлтүүлэг Жобсын сэтгэлд нийцжээ. Үр дүнд нь

үнэхээр сайн гэрэлтсэн “iMac” тэдний өмнө байрласан байв. Гэрэлтүүлэг нь тэднийг улам үзэсгэлэнтэй харагдуулах ажээ” хэмээн Кранц бичсэн байна. “Гайхалтай” хэмээн Жобс хашгирч, харин түүний хоолой цууриатан бүх л танхимаар сонсогдоно. “Хамгийн гол нь юу гээч?...Жобсын зөв байсан юм. Хуучин гэрэлтүүлэгнээс, энэ гэрэлтүүлэг нь “iMac”-ыг үнэхээр гайхалтай харагдуулж байсан юм.”

Кранцын бичих энэ үзэгдлийг хоёр янзаар тайлбарлаж болно. Эсвэл Жобс нь хамгийн жижиг элемент бүрт гараа шамлан ордог микроменежер, аль эсвэл, Жобсын нэгэн найзын яг энэ нийтлэлд бичсэнээр “тэр бол чанар, гүйцэтгэлийг хамгийн дээд зэрэгт, үнэхээр төгс байлгахыг шаарддаг хүн” гэжээ.

Стив Жобс, Майкл Жордан, Уйнстон Черчилл нар юугаараа ижил бэ?

Сэтгэлзүй судлаач Андерс Эрикссон нь Майкл Жордан мэт хамгийн шилдэг тамирчид, мөн бусад олон салбарт амжилт олсон хүмүүсийн амжилтын нууцыг судласан байна. Эрикссоны олж мэдсэнээр, амжилт олсон олон хүмүүс нь өөрийн чадварыг тусдаа аргаар ахиулдаг гэнэ. Тэд ямар нэгэн зүйлийг гайхалтай, ямар ч алдаа мадаггүй болгох гэж өдөр шөнөгүй түүнийгээ давтдаггүй юм байна. Үүний оронд тэд тодорхой нэгэн зорилгыг тавиад, түүндээ хүрэхийн тулд шаардлагатай гэсэн болгоныг хийдэг гэнэ. Эрикссоны судалгаа нь бидэнд, амжилт олсон хүмүүс нь тодорхой нэгэн зүйл дээр анхаарлаа хандуулан маш олон жилийн турш түүндээ тууштай бэлдэж байсаны үр дүн юм гэдгийг батлаж байгаа юм.

Энгийн илтгэгчид нь илтгэх урлагтаа маш сайн бэлдсэний ачаар сайн болдог. Уйнстон Черчил бол 20 зууны хамгийн шилдэг илтгэгчдийн нэг байсан юм. Тэр хүмүүсийг яриагаараа өөртөө итгүүлж, тэднийг ятгаж, бусдын шийдвэрт нөлөөлж, харин эргэн тойрныхныгоо зоригжуулж чаддаг нэгэн байсан юм. Дэлхийн хоёрдугаар дайны үед Английн ард олныг зоригжуулж, нэгдмэл байх тэр л урмыг үгээрээ харуулахын тулд тэр маш сайн бэлддэг байсан байна. “Тэр парламент дээрээ хэлэх үгээ үнэхээр сайн бэлддэг. Бүх гарч болох асуулт, эсэргүүцлүүдэд эртнээс хариулж бэлддэг байсан. Тийм учраас тэр индэр дээр гарахад үнэхээр шилдэг нь байсан. Түүнийг гүйцэх хүн байгаагүй... Тэр бараг л өөрийн сонсогчдоо илбэдсэн юм шиг өөрт нь захируулдаг тийм л агуу илтгэгч байсан юм” хэмээн түүний ач охин Селиа Сандис нь Жонатан Литтмантай хамт “Бид ялагдах эрхгүй” номондоо бичсэн удаатай. Түүн шиг агуу болоход ямар нэгэн нууц жор байхгүй. Хамгийн гол нь үнэхээр их цаг, үнэхээр их хөдөлмөр шаардлагатай. Бэлтгэл бол амжилттай илтгэгчид зайлшгүй байх ёстой зүйл юм. Хамгийн сайн илтгэгчид үзэгчдийг байлдан дагуулах гэдэг нь уран цэцэн үгтэй төрсөндөө, авьяастайдаа биш, харин маш урт бөгөөд сайн төлөвлөгдсөн бэлтгэлийн үр дүн юм гэдгийг мэдэж байдаг.

Би таныг Стив Жобс шиг яриа хийж, илтгэл тавьж чадна гэдэгт зуун хувь итгэлтэй байна. Үүнд хамгийн гол нь бэлтгэл хэрэгтэй. Жобс илтгэлийнхээ үеэр маш тайван, яриа нь ч гэсэн маш энгийн, ‘амьд’ сонсогдож байдаг. Яагаад гэвэл тэр үнэхээр их цагийг бэлтгэлд зарцуулдаг болохоор тэр. “Стив Жобсын хоёрдахь ирэлт” номонд, NeXT-ийн удирдлагуудын нэг болох Пол Вайс ийнхүү бичжээ: “Бүх слайд, нэгд нэгэнгүй, хамгийн бага элемент хүртэл сайтар бодогдсон байдаг. Бид, ихэнхи хүмүүсийн тоож ч харахгүй, огт анзаарахгүй зүйл дээр ч гэсэн маш олон цагийг үрдэг байлаа. Стив үзүүлэн, танилцуулагын бүх л элемент болгоныг төгс байлгахыг хүсдэг. Бидний хувьд слайд хийнэ, илтгэлд бэлдэнэ гэдэг нь яг л симфони оркестр тоглох гэж байгаа мэт нарийн ажил, их бэлтгэл шаардагддаг байсан юм. Стивийнхээр бүх зүйл үнэхээр ‘амьд’ байх учиртай.” Үүнтэй мөн адил таны илтгэлийн бүх зүйл ‘амьд’ байхын тулд та маш их бэлдэх шаардлагатай. Бэлтгэлийг сайтар хийж, өөрийн сэдвийг өөриймшүүлсэн цагт таны илтгэл маш олон энгийн илтгэгчдээс хамаагүй сайн байх болно.

Төгс болоход хангалттай 10000 цаг

Илтгэл тавих, яриа хийх чадвар нь төрөлхийн байдаггүй. Бид бүгд л энэ хорвоо дээр нүцгэн ирсэн. Стив Жобс ч гэсэн асар их бэлтгэл, дадалын тусламжтайгаар хамгийн шилдэг илтгэгч болж чадсан гэсэн үг. “Дүрийг Бүтээхүй” номондоо Малкольм Глаудуэлл нь ийнхүү бичиж байна. “Судалгаагаар, урлагийн сургуульд хангалттай элсэн орох чадвартай бол, тэдний сургуульд орох эсэх нь тэдний ажиллаж байгаа байдлаас хамаардаг. Хамгийн гол нь шилдэгүүд нь бусдаас их ажилладаггүй юм, тэд бусдаас хэд дахин их ажилладагт байгаа юм.” Энэ судалгаа нь хөгжимчид дээр хийгдсэн ч гэсэн, амжилтанд хүрсэн олон хүмүүс нь яг л үүнтэй ижил маш их ажил, хөдөлмөрийн үр дүнд сайн болсон байдаг. Хөгжимчин, мөн нейробиолог Дэниэл Левитин энэ бүхний ард 10000 гэдэг ид шидтэй тоо байгаа гэдэгт итгэлтэй байгаа аж.

“Энэ бүх судалгааны ард ийм нэгэн дүр зураг харагдаж байгаа юм. Аливаа зүйлийг төгс эзэмшихийн тулд, дэлхийн хэмжээний чансаатай болохын тулд ямар ч салбарын хүнд 10000 цагийн бэлтгэл шаардагдана. Хөгжимчид, тамирчид, төгөлдөр хуурчид, шатарчид гээд маш олон хүн дээр үүнийг судласан. Бүх л салбарын дэлхийн хэмжээний амжилт олсон хэн бүхэнд энэ 10000 гэдэг тоо үргэлж гарч ирсээр л байна. Өөрөөр хэлбэрл 10000 цаг гэдэг нь дэлхийн хэмжээний амжилтанд хүрэхэд зарцуулагдах бэлтгэлийн хамгийн бага нь юм. Мэдээж энэ нь ‘яагаад зарим хүмүүс нь яг нэг ижил хугацааг бэлтгэлд зарцуулчихаад бусдыг бодвол амжилт олохгүй байна?’ мөн бас ‘яагаад зарим хүмүүс нь маш их бэлтгэл хийж байгаа ч үр дүн гардаггүй’ талаар хариулт өгч чадахгүй юм. 10000 цаг гэдгээр хэлэх гэсэн гол санаа бол дэлхийн хэмжээний чансаатай ямар ч салбарын хүн нь одоохондоо бүгд дор хаяж 10000 цаг бэлтгэл хийсэн гэдэгт юм. Магадгүй, тархинд аливаа зүйлийг бүрэн уусгаж, шингэж, ойлгож авгал нь ийм л их хугацаа шаардагддаг биз” гэжээ.

Тархи хэрхэн шинэ зүйлийг сурдаг онол дээр үндэслэгдэн, энэхүү 10000 цагийн дүрэм нь гарч иржээ. Левитин болон Глаудуэлл нарийн бичсэнээр: Ямар нэгэн зүйлийг сурахад мэдрэлийн эд эс урвалд орох шаардлагатай. Ингээд бид нэг зүйлээ олон дахин давгах тусам нейронуудын хоорондох холбоо улам бөх болдог ба ингэж бид тодорхой зүйлд чадвартай болдог гэсэн байна

10000 цаг гэдэг нь 10 жилийн турш өдөр болгон гурван цаг гэсэн үг юм. Энэ онолоо батлахын тулд Глаудуэлл нь Битлзийг жишээ болгожээ. Битлз нь алдарт гарахаасаа өмнө Гамбургд маш удаан хугацааны турш дуулж байсан юм. Глаудэллийн тоолсоноор, 1964 оноос өмнө Битлзийн гишүүд клубт амьдаар бараг 1200 удаа дуулсан байсан гэнэ. Зарим үед бүр 8 цаг тасралтгүй тоглодог байсан байна. Энэ бол тун их цаг юм. Ихэнхи хөгжмийн хамтлагууд бүх л карьерийнхээ туршид ингэж их цагаар тоглодоггүй. Тэд удаан хамт тоглох тусам, улам сайн, улам өөрсөддөө итгэлтэй болж ирж байжээ. “Анх хамтлаг байгуулагдаад, дэлхийн индэрт гарах хүртлээ буюу ‘Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band’ цомог гарах хүртэл Битлз нь яг 10 жил хөгжим тоглосон байжээ.

За тэгвэл бүгдээрээ 10000 цагийн онол нь Стив Жобст хэрхэн тохирохыг харцгаая. “Apple” нь 1976 онд үүсгэн байгуулагдсан ч, Жобс болон “Apple”-ийн хамтран үүсгэн байгуулагч, Жобсын найз Возняк нар компьютер сонирхогчдийн клубт аль 1974 оноос л явж эхэлсэн байна. Энэ нь цахиурт хөндийн хамгийн анхны компьютерийн клубуудын нэг юм. Энэ л

клубт байхдаа Жобс нь компьютерүүд хэрхэн дэлхий ертөнцийг өөрчилж болох талаар бодож эхэлсэн ажээ. Тэгвэл энэ үйл явдлаас хойш, яг 10 жилийн дараа буюу 1984 онд Жобс нь дэлхийд “Macintosh”-ийг танилцуулсан юм. Энэ илтгэлд байсан олон хүмүүс түүний эрч хүч, сэтгэл хөдлөл, авьяасыг олж харжээ. Харин Жобс үүгээр зогссонгүй, тэр өөрийн ярих чадвар, илтгэл тавих хэлбэр дээр улам их ажиллан, улам сайжруулсаар байсан байна.

1997 онд, буюу 10 жилийн дараа, Жобс нь “Apple”-д эргэн ирсэн. Тэр Бостонд болсон MacWorld-ын тайзан дээр эргэн гараад хэрхэн “Apple”-ийг сэргээх талаар ярьсан билээ. Түүний энэ илтгэл нь түүний хуучин илтгэлүүдээс хэд дахин дээр, маш сайн бэлтгэгдсэн байсан юм. Тэр урьд нь индэрийн ард нуугдан ярьдаг байсан бол энэ илтгэл дээр тэр маш чөлөөтэй, өөртөө итгэлтэй тайзаар алхаж, үзэгчидтэй хошигнож дураараа байсан юм.

Ингээд, дахиад 10 жил өнгөрөхөд, 2007 оны MacWorld дээр Жобс нь илтгэл тавьсан билээ. Миний бодлоор түүний энэ илтгэл нь түүний бүх илтгэлүүдээс хамгийн шилдэг нь байсан юм. Тэр мэдээж өөрийн илтгэл болгондоо “гоал” оруулдаг байсан бол энэ 2007 оны MacWorld дээр тэр “хет-трик” хийсэн юм. Түүний энэ илтгэлийн олон элементүүдийг энэ номонд авч судласан. Ерөнхийд нь дүгнэвэл тэр илтгэл нь маш сэтгэл хөдөлгөсөн, өөртөө итгэлтэй дохио, гарын хөдөлгөөнтэй, үзэгчдийг байлдан дагуулсан үг яриатай, гайхалтай сайхан ойлгомжтой слайдтай... Бүх юм нь төгс. “iPhone”-ны танилцуулга нь, тухайн үед Лас-Вегас болж байсан “Consumer Electronics Show”-ийн бүтээгдэхүүнийг сүүдрээрээ даржээ.

Show”-ийн бүтээгдэхүүнийг сүүдрээрээ даржээ.

Жобсын тухай хамгийн буруу ойлголт бол тэр ‘төрөлхийн’ авьяастай гэдэг тодотгол. Үгүй ээ, энэ буруу юм. Шинжлэх ухаан авьяас гэдэг зүйл хэнд ч бурханаас заяадаггүй гэдэгийг нотлосон. Тийм учир та ажиллаж, тууштай, өөртөө үнэнч бэлдэж, зорилгодоо тэмүүлэх юм бол та Стив Жобс байтугай, Стив Жобсоос ч илүү яриаг хийж чадна.

Видео ашигла

Лас Вегас болдог Consumer Electronics Show-нд оролцдог олон олон захиралууд өөрийн үзүүлэн илтгэлд надаар туслуулдаг юм. Ихэнхидээ энэ конференци нь нэгдүгээр сарын хамгийн эхний долоо хоногт болдог учир бүх компанийн ажилчид амарчихсан байхад, баярын үеэр бэлтгэлээ хийдэг. Тэгэхдээ л энэ конференци нь маш чухал гэдгийг бүгд мэддэг учир аль болох бололцоогоороо бэтгэл дээр ирдэг юм л даа.

Нэгэн удаа, миний нэгэн үйлчлүүлэгч эрхэм захирал, хэдэн өдөр бэлтгэсний дараа тайзан дээр гаран танилцуулгаа хийсэн юм. Түүнийг илтгэлээ тавьж байхад алдаа гарах нь тэр. Слайдыг эргүүлэх удирдага нь ажиллахаа больжээ. Ихэнхи энгийн илтгэгчид энэ үед сандарч, дуугүй болж, энэ байдлаараа гарсан асуудалд үзэгчдийн анхаарлыг улам татах байсан, харин тэгвэл миний тэр үйлчлүүлэгч тэс ондоо хүн байв. Тэр маш сайн бэлдсэн байсан учир, огт сандарсан шинжгүй үзэгчдэд мэдэгдэлгүй ажилчиддаа дохиог өгч, компьютерээс шууд слайдаа удирдуулан илтгэлээ үргэлжлүүлжээ. Энэ бүх үйл явдлыг үзэгчид ч огт анзаарсангүй, бүх юм сайхан явж байлаа. Гэвч асуудал үүгээр дууссангүй. Компьютерт бас нэгэн алдаа гаржээ. Гацаж, слайдуудыг үргэлжлүүлэн явуулахын тулд заавалчгүй унтраагаад асаах хэрэг гарав гэнэ. Туслахууд нь сандарч, юу хийхээ мэдэхээ больж, бараг л ухаанаа алдана. Харин тэгтэл захирал маань тэгсэнгүй. Тэр тайван байдлаа хадгалсан хэвээр... Тэр яриагаа слайдгүйгээр үргэлжлүүлэнэ. Яг л слайдтай юм шиг, энгийн ойлгомжтой ярина.

Хожим, тэр надад бэлтгэл хийгээгүйсэн бол алдаа гарах үед сандарч, үзэгчдийн суудалд суух ажилчид, шинжээчид, хөрөнгө оруулагчид, хэрэглэгчид, хэвлэлийнхэнд итгэлийг алдах байсан хэмээн хэлсэн юм. Би энэ тухай түүний ажилчдаас юу бодож байгаа тухай асуухад, тэд ямар ч алдаа мадаг ажиглаагүй гэж хэлсэн.

Бэлтгэл хийж байхдаа бид үргэлж видео камераар өөрсдийн бичлэгийг хийдэг. Энэ нь миний үйлчлүүлэгчдийн амжилттай илтгэл тавьдагийн бас нэгэн гол шалтгаан. Ихэнхи илтгэгчид нь бэлтгэлээ камераар бичин, өөрийгөө хөндлөгөөс харан ажиглах нь тун ховор. Өөрийн дүрсийг том дэлгэцэн дээр харна гэдэг нь тийм ч сайхан зүйл биш ч гэсэн, сайн илтгэл үзэгчдийн өмнө тавьхын тулд энэ нь зайлшгүй шаардлагатай алхам юм. Яг тайзан дээр байгаа юм шиг бэлтгээд, түүнийгээ бичээд, дараа нь ажигла. Сайн, үнэн зөвлөгөө өгч чадах найзууддаа үзүүлэн тэдний шүүмжийг сонс. Бичлэг хийж байх үед видео камерын микрофон нь маш муу байдаг учир тусдаа микрофон ашиглахыг хичээ. Тэгвэл хоолой тань тод сонсогдоно.

Ингээд, өөрийн бичлэгээ үзэж байхдаа, доорх таван зүйлд анхаарлаа хандуулна уу :

1. Амьд холбоо, нүдний харц

Тэмдэглэгээ харахгүй байхын тулд аль болох их текстийг цээжилсэн бай. Таны слайдууд таны хөтөч болж өгөх учир энэ нь тийм ч хэцүү биш. Илтгэх урлагийн мэргэжилтэн, Эндрю Карнегийн хэлсэнчлэн, тэмдэглэлээс харан унших илтгэгч нь үзэгчидтэйгээ, танхимтайгаа холбоог таслаж, танхимдаа нөлөөлж, итгэлтэй харагдаж чаддаггүй гэнэ. Би таньд, огт тэмдэглэлгүй гарахыг хэзээ ч зөвлөхгүй. Учир нь Стив Жобс ч гэсэн тэмдэглэгээ, мартсан

үед туслах зүйлсийг илтгэлдээ заавалчгүй авч ордог. Хамгийн гол нь түүний тэмдэглэгээнүүд нь

үнэхээр нууц, хамгийн анхаарлатай үзэгч л олж харахаар тийм л тэмдэглэгээнүүд байдаг. Жобс нь ярианы дунд заавалчгүй энэ тэмдэглэгээнүүд рүүгээ хардаг ба (мэдээж үзэгчдэд анзаарагдахгүй) ингэж тэр төлөвлөгөөний дагуу, зохион байгуулалттай явж байгаа эсэхийг шалгадаг байна. Түүний тэмдэглэгээнүүд хэнд ч анзаарагдахгүй, бас тун энгийн. KeyNote, PowerPoint гэх программууд нь зөвхөн илтгэгчид харагдах тэмдэглэгээг хийх боломж олгодог ч гэсэн болж өгвөл тэмдэглэгээгүй гарахыг эрмэлзэх хэрэгтэй. Тэмдэглэгээгүй гарна хэмээн бэлдэх хэрэгтэй. Тэмдэглэгээтэй гарна гэж бодвол бэлдэх, цээжлэх чадвар хэд дахин мууддаг. Тэмдэглээ нь зөвхөн таны хөтөч байх хэрэгтэй гэдгийг сана.

2. Биеийн хөдөлгөөн, гарны дохио

Таны биеийн хөдөлгөөн таныг өөртөө итгэлтэй, хүчтэй харагдуулж чадаж байна уу? Та гараа хумхин зогссон уу, аль эсвэл гараараа нуруугаа үүрэн зогссон уу? Гараараа үзэгчдийн анхаарлыг нь сарниулах хөдөлгөөнийг хийж байна уу? Зогсолт тань үзэгчдэд нээлттэй харагдаж байна уу?, эсвэл ямар нэгэн тавилганы ард ороод хаалттай байна уу, аль эсвэл модон хүн шиг номхон байна уу? Үзэгчдэд үлдэх мэдрэмжийг таны хөдөлгөөн, дохио болон ярих хэлбэр чинь бүрэн хариуцдаг гэдгийг сана. Таны биеийн хөдөлгөөн тань таныг өөртөө итгэлтэй харагдуулах ёстой шүү.

3. Сул үг

Магадгүй та байнга “аан...оон...тийм...тийм” хэмээн зогсолт хийж ярьдаг байж болно. Үүнийгээ өөрийн бичлэгнээс олж илрүүл. Өгүүлбэр хоорондын зайг бөглөх гэж ярах хэрэггүй. Бөглөх гэж оролдон “аан...оон...тийм...тийм” хэмээн авиа гарган зогссоноос чимээгүй болсон нь хамаагүй дээр. Өөрийн бичлэгнээс ярих хэлбэрээ ажиглах нь сул үгнүүдээс зайлсхийх хамгийн сайн арга. Хэрэв та өөрийн бичлэгнээс сул үгнүүдээ анзаарч чадсан бол, та жинхэнээр танилцуулга хийж байхдаа ч гэсэн үүнийгээ дотроо байнга бодох бөгөөд алдааг давтан гаргахгүй юм.

4. Ярих байдал

Хэрэгтэй, анхаарах зохистой үгнүүд дээр өөрийн ярих, өнгө, хоолойг өөрчлөж үзэгчдийн анхаарлыг нь төлөвлөрүүл. Нэг хэмнэлээр ярихаас зайлсхий. Зарим үед нь чанга ярьж, харин зарим үед нь шивнэх мэт сул ярь. Ярианы хурдыг өөрчил. Энэ нь нэгэн хэмнэлээр ярихаас ангижруулна. Зарим үед хурдсаж байгаад, дараа нь удаашируул. Паузыг хэзээ ч мартаж болохгүй. Цагаа олсон зогсолт нь үзэгчдэд сэтгэл хөдлөл, догдлолыг бий болгоно. Яарч болохгүй. Өөрийн өгүүлбэр, үг болгоноо үзэгчдийнхээ тархинд шингээх хугацаа, боломжийг олго.

5. Эрч хүч

Та дөнгөж орноосоо боссон мэт харагдаж байна уу, аль эсвэл ярих сэдэвтээ бүрэн ууссан, сонирхол эрч хүчээр дүүрэн тийм илтгэгч шиг харагдаж байна уу? Биднийг тойроод сайн

энергитэй, эрч хүчтэй хүмүүс байхад бид бүгд л дуртай байдаг. Тэд бидэнд сайн энергээ өгч, биднийг цэнэглэж байдаг. Тэд биднийг хөгжөөж, зугаацуулж, бидний баярлуулж байдаг билээ. Тэгвэл ийм л хүний хоолойнд нь зориг, сонирхол, харин нүдэнд нь инээмсэглэл тодорсон байдаг. Хэрэв илтгэгч нь эрч хүчээр дүүрэн бол түүний илтгэл нь амжилттай дуусах магадлал тун өндөр. Жобс нь өөрөө эрч хүчээр дүүрэн байж, түүнээсээ ч гэсэн танхимтай хуваалцдаг нэгэн юм.

Эрч хүчээ ашигла

Бизнесийн салбарт амжилт олсон олон хүмүүс ажил амьдралдаа, чухал үед энерги, эрч хүчийг өсгөж амжилтыг олдог байна. Таны эрч хүчний хязгаар хаана байдаг вэ? Үүнийгээ та хэрхэн илрүүлэх вэ? Эрч хүч, энергийн хэмжүүрээр энэ бүхнийг үнэлж болно. Өндөр үзүүлэлттэй байх тусам сайн гэсэн үг. Би өөрийн үйлчлүүлэгч нараас : “Та бүхэн, хэрэв дөнгөж нойрноос сэрсэн үеэ 1 харин, хамгийн эрч хүчтэй үеэ 10 хэмээн төсөөлвөл яг одоо ямар үнэлгээтэй байна вэ?” хэмээн асуухад ихэнхи нь 3 хэмээн хариулдаг юм.

Тэгэхэд нь би: “Тэгвэл та бүхний бодлоор 7, 8, 9 гэдэг үнэлгээ нь ямар үед илэрдэг вэ? Дотроо төсөөлөх гээд үздээ?” хэмээн хэлдэг юм.

Ихэнхи илтгэл тавих илтгэгчид нь өөрийн эрч хүчийг 3 аас 6-гийн хооронд үнэлдэг. Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл тэдэнд 10 болтол нөөц эрч хүч дотор нь хуримтлагдан байгаа гэсэн үг юм.

Эрч хүч гэдэг бол хангалттай хийсвэр ойлголт. Энэ маш энгийн нэгэн дасгалыг хийж үзээрэй. Өөрийн энгийн нэгэн илтгэлийг хальсанд буулга. Заавал өөр нэгэн хүний хамт энэ бичлэгээ үз. Өөрөөсөө болон өөрийн хамтран үзэгчээсээ: “Би ямар энергийн түвшинд явна вэ?” хэмээн асуу. Харин үүний дараа, маш эрч хүчтэйгээр, хоолойгоо өндөрсгөн, яриан дундаа инээн, хүчтэй биеийн болон гарын хөдөлгөөн ашиглан илтгэл тавин хальсанд буулгаад үз. Дараа нь дахиад л үүнийгээ ажигла. Магадгүй та болон таны хамтрагч тань сүүлийн бичлэгийг арай их эрч хүчний үнэлгээгээр дүгнэнэ байх. Үүгээр юу гэж хэлэх гэсэн бэ гэвэл ихэнхи хүмүүс илтгэл тавьж байхдаа тэд ямар гунигтай, сул харагддагийг ойлгодоггүй, харин тэдний дотор ямар их эрч хүч нуугдаж байгааг мэддэггүй. Сул, зориггүй, эрч хүчгүй байж хэзээ ч үзэгчдээ гайхаширууж чадахгүй гэдэгийг байнга сана.

Бэлтгэлд шаардлагатай таван зүйл

Эдийн засаг хямралд орсон байх үед шинэ бүтээгдэхүүн зах зээлд гаргана гэдэг нь тун осолтой. 2009 оны дэлхийн хямрал нь тэгвэл шинэ автомашиныг зах зээд нийлүүлэх гэсэн нэгэн компанид том хаалт болж өгсөн юм. Мэдээж автомашины үйлдвэрүүд нь төлөвлөгөөгөө хэдэн жилийн өмнөөс гаргачихсан байдаг учир зөвхөн хямралаас болоод ажлаа зогсоон, үйлдвэрлэлийн төлөвлөгөөнд өөрчлөлт оруулна гэж байхгүй. Тэгвэл, автомашины нэгэн компани надаас шинэ бүтээгдэхүүнээ, энэ хямралын үеэр хэрхэн амжилттай гаргах талаар зөвлөгөө авсан юм. Тэд Хойд Америкт өөрсдийн бүтээгдэхүүнийг нийлүүлэх гэж байгаа аж. Тэд надаас хэвлэлийнхний хэцүү асуултнуудад хэрхэн хариулах тухай асуусан юм. Яг тэр өдөр, АНУ-ын төрийн нарийн бичигийн дарга Хиллари Клинтон гадаад

харилцааны салбарынхаа сайдын хүчтэй асуултуудад хариулсан нь бүх хэвлэл мэдээллээр цацагдаж байлаа. “Associated Press” түүний хариултыг “үнэхээр сайн байсан” гэсэн бол, харин NBC-гийн Том Брокоу нь Клинтонг үргэлж илтгэх урлагаар хичээллэж, бэлтгэл хийж байдаг нь нөлөөллөө хэмээн тодотгожээ. Би ч тэгвэл өөрсдийн үйлчлүүлэгч болох автомашины бизнесменүүдэд хэвлэлийн хэцүү асуултуудад яг л Клинтон шиг бэлдэх учиртай хэмээн зөвлөсөн юм.

Үүнийг би “хайрцагны арга” хэмээн нэрлэсэн бөгөөд, энэ л аргыг маш олон захирал, улс төрчид, мэдээж бас Стив Жобс ашиглан дурын асуултанд хариулдаг. Та үүнийг илтгэлд, халз мэтгэлцээнд, хэвлэл мэдээллийнхэнд ярилцлага өгөхдөө, ер нь л хүнд асуултууд тавигдах нь тодорхой тийм л мөчүүдэд бэлдэхдээ ашиглаж болох юм.

1. Ямар асуултууд тавьж болохыг урьдчилан тооцоол

Хиллари Клинтон хувьд тэрээр өөрийнх нь нөхөрийн тухай, нөхрийнх нь олон улсын хандивын сангын талаар болон түүнд хандив өргөсөн хүмүүсийн тухай асуулт тавигдана гэдэгийг аль эртнээс мэдэж байсан юм. Учир нь хэвлэл мэдээллийнхний хувд энэ нь халуухан сэдэв байсан болохоор тэр. Мөн тэрээр, төрийн нарийн бичгийн хувьд, дэлхийн “халуун цэг”-үүд болох Газын зурвас, Иран, Ирак, Пакистан гэх мэт сэдвүүд асуултанд зайлшгүй орно гэдэгийг ойлгож байсан. Харин, автомашины бизнесменүүдийн хувьд, сэтгүүлчдийн зүгээс бий болоод байгаа эдийн засгийн хямралын үед ямар нөхцөлөөр, ямар төлөвлөгөөтэй ажиллах талаар асуух нь тодорхой байсан юм.

2. Асуултуудыг тооцолсон бол, тэднийг ‘хайрцаганд’ хий, ангил

Ангилал болгонд нэг юмуу түүнээс дээш асуулт байх ёстой. Ингэсний хамгийн гол учир нь төстэй, сэдэв нэг асуултуудыг нэгтгэн, асуултын тоог цөөлөх юм. Ингээд, ямар сэдэвээр асуулт тавихыг мэдэх бол сэдэвт нь тохируулсан хариултыг бэлдэж цаг хожих юм.

3. Ангилал болгонд хамгийн шилдэг хариуг бэлд

Энэ алхмын хамгийн чухал нь ангилал болгонд хамгаас утга төгөлдөр хариуг бэлдэхэд оршиж байгаа юм. Асуулт хэрхэн тавигдах нь онц биш, хамгийн гол нь хариултаа бэлдэх учиртай.

Жишээ нь Клинтон нөхрийнх нь хандивын сангийн үүсгэн байгуулагчдийн тухай асуултанд: “Би, одооны ерөнхийлөгч намайг төрийн нарийн бичгийн ажилд томилсонд тун их баярлаж байгаа. Мөн нөхрийнхөө гаргасан амжилт болон түүний удирдаж байгаа хандивын сангийн гаргасан амжилтанд үнэхээр их сэтгэл хангалуун байгаа” хэмээн хариулж эхлэсэн юм. Клинтон энэ хариуг эртнээс бэлдсэн байсан юм. Асуулт яаж тавигдахаас үл хамаарч тэр энэ өгүүлбэрийг хэлэх нь тодорхой байжээ.

4. Асуултыг сайтар сонсож, түлхүүр үгийг илрүүл

Түлхүүр үгээр аль ‘хайрцаг’-ны асуулт байна гэдэгийг мэд.

5. Асуулт тавьсан хүний нүд рүү нь харан хариултыг өг

Сайн бэлтгэгдсэн илтгэгч нар нь тавигдаж болох зуун асуултны зуун хариултыг бүгдэнг нь цээжилдэггүй юм. Тэд үүний оронд харин ангилалд тохирсон хариуг бэлдэж цээжилдэг байна. Асуулт хэрхэн тавигдах нь тийм ч чухал асуудал биш. Мөн асуултанд хариулна гэдэг нь бага хэмжээний илтгэл хэмээн ойлгож. Илтгэл яриа хийх бүх л дүрэмийг ашиглавал сайн.

‘Хайрцагны онол’-ын тусламжтайгаар та ямар ч асуултыг өөртөө ашигтай хэлбэрт шилжүүлж чадах юм. Жишээ нь таны компанийн бүтээгдэхүүн, танай өрсөлдөгч компанийн бүтээгдэхүүнээс өндөр үнэтэй хэмээн төсөөлье. Өндөр үнэтэй байгаа нь ч гэсэн тодорхой шалтгаантай хэмээн бодье. Тэгвэл энэ тухай асуултыг ‘үнэ’ гэдэг ‘хайрцаг’-нд хийчихсэн байхад асуулт хэрхэн тавигдах нь тийм ч сонин биш юм.

Хэрэглэгч: Яг ижил бараа байхад танайх яагаад 10 хувиар илүү үнэтэй байгаа гэж?

ТА: Бидний барааны үнэ бусад компаниудаас өндөр ч энэ нь бидэн шиг үйлчилгээ үзүүлдэг компанид хангалттай байж болох үнэ юм. Бидний өөр ямар ч өрсөлдөгч та бүхэд бидэн шиг 24 цагийн техникийн тусламж амлаж чадахгүй, гэх мэт.

Нэгэн том компанийн захирал хэвлэлийн бага хурал хийж байхад, нэгэн сэтгүүч босон, өрсөлдөгч компанийх нь шүүмжийг хэлэлцэн, үүнд ямар байр суурьтай байгааг асуусан байна. (шүүмж үнэхээр хатуу байсан ба, байдал ч тун ширүүхэн байсан юм). Тэгвэл, энэ асуултны түлхүүр үг нь “өрсөлдөөн” юм. Ингээд энэ ЗАХИРАЛ тайвнаар инээн ийнхүү хариулжээ: “Манай компанийн өрсөлдөөн гэдэг зүйлд хандах байр суурь бол нийтийн ойлголтноос арай ондоо. Бид бие биенийгээ шүүмжлэхээс илүү, үйлчилгээндээ анхаарлаа хандуулан өрсөлдөх учиртай гэж боддог. Бид хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжинд өрсөлдөх учиртай. Мөн бид алхам тутамдаа суралцаж байна. Бид сайжирах, томрох тусам улам их өрсөлдөгч бидний зам дээр гарч ирж байна. Өрсөлдөгч ихтэй байна гэдэг нь тэргүүлэх эгнээнд буйн шинж. Хамгийн ард гүйж яваа гүйгч л өрсөлдөгчгүй шүү дээ”. Энэ хариултаар тэр өрсөлдөгчийн шүүмжийг үгүй хийж зөрүүлэн өрсөлдөгчийг хүнд байдалд оруулж, өөрийн компанийг лидер хэмээн харуулсан байгаа юм.

Хуучин АНУ-ын төрийн нарийн бичгийн дарга Хенри Киссинджерээс хэвлэлийнхний асуултанд хэрхэн хариулдгийг асуухад, тэр: “Та бүхэнд миний хариултанд зориулсан ямар асуултнууд байна?” хэмээсэн юм. Түүний бүх л хариултауд нь бэлтгэгдчихсэн байдаг байв.

Хэвлэл мэдээлэл гэдэг маш хэцүү танхим, харин өнөөдрийн нийгэмд бидний энгийн хэрэглэгч ч гэсэн яг ийм хэцүү, шаардлагатай болсон. Тийм учир асуултанд хариулж чадахгүйгээр тоглоомоос шахагдан гарахгүй байхыг хичээ.

Хамгийн сайн эм

Сайн бэлтгэл. Энэ бол тайзны айдсыг давах цорын ганц, мөн хамгийн сайн эм юм. Хэрэв та өөрийн юу хэлэх болон яаж хэлэхээ мэдэж байвал та тайзан дээр ч гэсэн тэгэж л хэлэх болно. Маш олон

хүмүүс тайзан дээр гарахын өмнө өөрийн дотоод айдастаа хэт их анхаарал хандуулж сандарсан байдаг. Энэ хирээрээ тэд өөрсдийн илтгэлийг ‘алж’ байдаг байна. Тэд байнга л өөрөөсөө: “Ямар харагдаж байгаа бол?”, “Миний хоолой хэр сонсогдож байгаа бол?” гэх мэт асуултуудыг тавин өөрийнхөө зоригийг улам үгүй хийдэг. Өөрөөр хэлбэл тэд зөвхөн өөрсдийнхөө тухай л боддог юм. Үүний оронд, ‘би’-гэдэгийг, ‘бид’-ээр солих хэрэгтэй. Өөрийн анхаарлыг таны бүтээгдэхүүн таны үзэгчдийн амьдралд ямар өөрчлөлт авчрах тухай бод, өөрийгөө аль болох итгэлтэй байхад бэлтгэ.

Би олон сая, олон тэрбум долларын хөрөнгөтэй олон ч захиралуудтай хамтран ажиллаж байлаа. Хамгийн сонирхолтой нь юу гээч? Тэдний ихэнхи нь маш цөөхөн хүмүүсийн өмнө гаран хэдхэн минутын яриаг хийхэд ч гэсэн үнэхээр сандарч байдаг юм. Гэвч, хүмүүсийн мэдрэл нь хүмүүсийг их бэлтгэх тусам айх мэдрэмжээс ангижирч байдаг сонин зохион байгуулалттай.

Би дэлхийн хэмжээнд алдартай бизнесменийг мэднэ. Тэр чухал гэлтгүй бүх л уулзалтанд орохдоо сандарсан байдаг. Тэгэхдээ тэр үүнтэй маш сайн тэмцдэг байна. Тэр нэг хоромыг ч алдалгүй яриагаа бэлтгэдэг байна. Тэр слайд болгоныг ямар дараалалтай ба, түүн дээр байгаа зүйл, болон ямар үед юу ярих ёстойгоо сайтар мэднэ. Тэр илтгэл болохоос өмнө танхимд ирж, гэрэлтүүлэг, микрофон, өсгөгч, прожектор гээд нэг бүрчлэн бүхнийг сайтар шалгана. Тайзаар ч гэсэн байнга алхаж, ямар үед гэрэлтүүлэг тусахад сүүдэрт орох вэ гэдэгийг хүртэл тооцоолодог. Үүнийг л бэлтгэл гэнэ дээ! Илтгэл тавихын өмнөхөн мэдээж тэр маш их сандарна. Тэгэхдээ түүний олон долоо хоногийн бэлтгэл нь түүнд өөртөө итгэх итгэлийг өгөх аж. Харин орой нь тэрээр АНУ-ын шилдэг илтгэгчдийн нэг хэмээн цоллогдох илтгэлийг хийх ажээ.

Гольфчин Виджай Сингх нь өдөрт мянга мянган цохилтыг хийж гүйцэтгэдэг. Олимпийн олон алтан медалын эзэн Майкл Феллпс нь долоон хоногт хэдэн зуун киллометр сэлж, харин Стив Жобс нь өөрийн илтгэлдээ хэдэн зуун цагийг зарцуулдаг байна. Супер-одууд ч бүгдийг бэлдэнэ. Хэрэв та танхимыг байлдан дагуулмаар байвал таньд ганц л зүйл хэрэгтэй - бэлтгэл!

Санамж:

* Бэлд, бэлд, бас дахин бэлд. Юуг ч, хамгийн энгийн зүйлийг ч ‘болчихоно’ хэмээн орхиж болохгүй. Бүх слайд, бүх танилцуулга, бүх л өгүүлбэр, үг болгоныг хяна. Та өөрийн юу хэлэх гэж байгаа болон, ямар санааг өгүүлэх гэж байгаагаа сайтар мэдэж байх учиртай.

* Өөрийн бэлтгэлийг видео камераар бич. Хэдэн доллар ч бай камер авахад зарцуул. Бүх бэлтгэлийг эхнээс нь дуустал нь бичих хэрэггүй. Эхний 5 минут л таньд маш их алдаа дутагдлыг тань харуулах болно. Анхаарал сарниулж байгаа хөдөлгөөн, хазгай хэлж байгаа үг, сул үгийг сайтар ажигла. Бичлэгийг заавалчгүй өөр хүнд үзүүлэн шүүмжийг сонсоорой.

* Хэцүү асуултнуудад бэлдэхийн тулд “хайрцагны арга”-ыг ашиглаарай.

Хувцаслалт

2 тэрбум долларын үнэлгээтэй, 4300 гаран ажилчинтай компани ердийн жинс өмссөн 6 хүмүүсийг дийлэхгүй байна гэхээр утгагүй юм!

“NeXT-ийг байгуулахаар болоход “Apple” компаниас зарга мэдүүлж, Стив Жобсыг шүүсэн шүүх хурал дээр Жобсын хэлсэн үг”

Стив Жобс бол дуучин Шерийн яг эсрэг дүр төрх. Лас Вегаст болсон тоглолтонд дуучин Шер болон түүний бүжигчид нь 140 удаа хувцасаа сольсон байдаг. Харин тэгтэл Жобс нь өөрийн илтгэл болгондоо зөвхөн нэг төрлийн хувцсыг л өмсөнө. Хар свиттер, хуучивтар хөх жинс болон гүйлтийн пүүз. Хэрэв та үнэхээр хэрэгт дуртай бол тэрээр St.Croix-ийн хар свиттер, Levis 501 жинс, болон New Balance-ийн пүүз өмсдөг байна. Гэхдээ та энэ хувцаснуудыг авахаар дэлгүүр рүү яарах хэрэггүй. Эдгээр нь сайн илтгэл хийлгэдэг ид шидтэй хувцаснууд биш юм. Тийм учир эд нар нь танд хэрэггүй. Та итгэлдээ яг Жобс шиг хувцаслахыг хүсэхгүй байгаа биздээ. Стив Жобс нь Стив Жобс учраас ингэж хувцасладаг, харин та бол Стив Жобс биш шүү дээ. Ингэж энгийн хувцаслахын тулд үнэхээр хийсэн зүйлтэй, түүхэнд үлдэх нэртэй, бизнесийн домог л байх хэрэгтэй. Эс бөгөөс бусдыг хүндлээгүй мэт харагдах болно. Хэрэв та Стив Жобс шиг нэр алдартай бол юу ч өмсөн тайзан дээр гарсан яахав.

Түүний ийм хувцаслалт нь хэвлэл мэдээлэл, олон нийтэд ч гэсэн үнэхээр танил болсон (цэнхэр жинс, хар свиттер өмсөхөөрөө тэр Стив Жобс биш, харин Стив Жобс болдог хэмээн 2008 онд “Симпсоныхон” хүүхэлдэйн кинонд түүнийг шоглосон байжээ). Жобс нь хөрөнгө оруулагчдыг дуудаж, хэвлэл мэдээллийнхний анхаарлыг татахын тулд арай өөрөөр, хуучинсаг мэт хувцас өмсдөг байсан. 1984 оны Жобс болон 2009 оны Жобс нарын хувцаслалт хоорондоо тэнгэр газар мэт ялгаатай. 1984 оны MacWorld сэтгүүлийн хавцсан дээр Жобс нь хамгийн анхны гурван Macintosh-той хамт дүрслэгдсэн байжээ. Тэр бор пиджак, бор зангиа, цагаан цамц өмсөн зураг татуулжээ. Тиймээ, Жобс ч гэсэн ингэж хувцасладаг л байсан байна. Харин “Macintosh”-ийн илтгэл дээр тэр бүр чухал хувцсыг өмссөн байсан байна. “Цагаан цамц, саарал өмд, ногоон эрвээхэй зангиа.”

Жобс нь тун ухаалаг нэгэн. Түүний хувцаслалт нь түүнийг ямар төрлийн лидер болохыг тодорхойлж байдаг. Тэр түүний хувцаслалт нь хүрээлж буй хүмүүст ямар мэдрэмж төрүүлэхийг сайтар мэдэж байдаг. Жобс “Apple”-аас халагдасныхаа дараа Bank Of America-гийн ммэргэжилтнүүдэд өөрийн шинэ компани болох NeXT-ийг танилцуулахаар шийджээ. NeXT-ийн маркетингийн албаны дарга Жобсын гэрт нь ирж, тэд хамт банк явахаар болсон байна. Тэр цэнхэр жинстэй иржээ. Харин Жобс гэрээсээ Brioni-гийн ганган костюм өмсөн гарч ирсэн байна. “Сайн уу?” хэмээн Жобс түүнд хандан хэлээд - “Чи ийм хувцастай банк явах гэж байгаа юм уу?” хэмээн асуусан байна. Жобсын хувьд жинс бол оффисын хувцас, тэгэхдээ банкных лав биш. “Тэгээд юу гэж? Жобс нь оффис дотроо жинстэйгээ явж, харин банк руу очих болохоороо костюм өмсдөг юм байна, үүнд юу нь сонин байна гэж?” хэмээн та асууж болох байх. Америкийн Нэгдсэн Улсын жинхэнэ баатар эр, байлдагч болох Матт Эверсманн надад хувцаслалтын талаар хамгийн сайн зөвөлгөөг өгч байсан юм. (Эверсманн нь Могадишо (Сомали)-гийн хүнд тулаанд удирдагчаар явсан бөгөөд, түүний гавьяанд “Хар

Харцагын Уналт”- хэмээх киног хүртэл бүтээсэн). Тэр надад : “Хамгийн шилдэг лидерүүд нь ямагт бусдаас илүү сайн хувцас өмсдөг. Би өөрөөс албан тушаал доогуур хүнтэй уулзахдаа миний гутал түүнийхээс илүү гялалзах, миний цамц түүнийхээс илүү цагаан байх, миний өмд түүнийхээс илүү индүүдлэгтэй байхад анхаардаг” гэсэн юм. Түүний энэ зөвлөгөөг би хэзээ ч мартахгүй. Хожим би Mens WearHouse-ийн Жорж Зиммертай

ярилцаж байхад тэрээр, Эверсманны зөвөлгөөн дээр нэмэн “Мөн эргэн тойронтойгоо зохицох учиртай” гэж хэлсэн юм. Яг үүнд л гол учир байгаа юм. Ажлынхны амралт, зугаалганд та оффистоо өмсдөг хувцастайгаа очиж болохгүй юм. Мөн компани болгон өөрийн гэсэн хувцасны дүрэмтэй. “Apple” л гэхэд чөлөөтэй, хамгийн гол нь хөдөлмөрийн үр бүтээмжийг бууруулахгүй байх тийм л хувцас чухал. Мэдээж WallStreet-ийн банкны ажилтных шиг чухал хувцас “Apple”-д тохирохгүй нь тодорхой.

Та дэлхийг өөрчлөх бүтээгдэхүүн хийчихээд, түүнийгээ танилцуулах гэж байвал би танд өөрийн хувцасны стилийг дураараа соль хэмээн зөвлөө. Харин одоо бол би танд ердөө ганц л зөвлөгөөг өгч чадна. Бусдаас сайхан харагд, мэдээж бас эргэн тойронтойгоо зохицох хэрэгтэй.

Санамж

* Өөрийн болохыг хүсэж, мөрөөдөж байгаа тэр л лидер хүн шиг хувцасла. Таны одооны санхүүгийн байдал хамаагүй, бусдаас сайхан харагд. Хамгийн шилдэг лидерүүд бусдаас сайхан харагддаг.

* Таны хувцас орчин тойронтойгоо зохицож байх учиртай. Стив Жобс бүх дэлхийн өмнө хар свиттер, цэнхэр жинс, болон гүйлтийн пүүзтэй гарч болох ч, та түүн шиг дэлхийг өөрчлөх барааг танилцуулахгүй л юм бол ингэж хувцаслах хэрэггүй. Мөн энэ хувцас нь түүний нэрийн хуудас болсон учраас тэр энэ хувцсаа ихэнхдээ өмсдөг. Жобс нь банк руу уулзалтанд явахдаа маш чухал, албаны хувцас өмссөн байсныг сана.

* Хэрэв та бүр, яг л Стив Жобс шиг энгийн харагдмаар байгаа бол, ядаж л хамгийн үнэтэй, чанартай хувцсыг нь сонгох хэрэгтэй. Жобс нь St.Croix-ийн свиттер өмсдөг. Холоос, магадгүй энэ нь энгийн, нимгэн свиттер мэт харагддаг ч, ойртоод харвал үнэхээр багагүй мөнгөний үнэтэй хувцас гэдэг нь шууд л мэдрэгддэг.

Төгс төгөлдөрийн жишиг болж амьдар

Ихэнхи хүмүүс төгс төгөлдөрийг шаардах ертөнцөд дасаагүй байдаг.

-Стив Жобс-

Стив Жобс нь тоон ертөнцөд өөрийн байр суурийг эзлээд зогсохгүй, мөн бэх үзгээр бичигдэх түүхэнд өөрийн орон зайг бий болгосон агуу хүн юм. Түүний илтгэл болгон театрын жүжиг мэт, хамгийн их шуугиан, хамгийн их сэтгэл догдлол, нэр хүндийг дагуулсан байдаг. Яг л уран сайханы кино мэт, асуудалтай, шийдэлтэй, уналттай, өсөлттэй, баатартай, эсрэг дүртэй, дээр нь сайхан төгсгөлтэй. Мөн бүх л алдартай найруулагчдын адилаар Жобс нь өөрийн хэлэх үг, үйлдэл болгоныг эхлээд цаасан дээр бичин бэлддэг. Үүний дараа л тэр компьютер асаан ажиллаж эхэлдэг. Түүний илтгэл бол тэр чигээрээ маркетингийн театр.

Жобс нь 21 зууныхны хувьд хамгийн шилдэг илтгэгч. Тэр маш энгийн, хэнд ч ойлгомжтой хэлээр яриаг хийнэ. Мэдээж энэ нь маш олон цагийн хөдөлмөр гэдэг нь тодорхой. Танилцуулга хийж байхдаа Жобс нь хөтөч болгож бэлдэж авсан тэмдэглэгээнээсээ чиглэл авдаг ч тэр хэзээ ч нэгд нэгэнгүй тэмдэглэгээнээс уншдаггүй юм. Түүний тэмдэглэгээ нь ердөө түүнийг бүх юм зохион байгуулсанаар явж байгаа эсэхийг харуулах нэгэн шипи нь юм. Харин илтгэлийнхээ ихэнхи хэсгийг тэр ямар нэгэн тэмдэглэгээгүй хийдэг юм.

8-р үзэгдэлд ярьсанчлан, ихэнхи илтгэгчид нь слайдын утгыг алдагдуулдаг. Тэд слайд нэртэй баахан өгүүлбэр хийдэг, тэгээд тайзан дээр гараад үүнийгээ нэгд нэгэнгүй, үзэгчид рүү нуруугаа харуулж байгаад л уншчихдаг. Жобс харин тэс ондоо. Түүний слайд нь харахад нүдэнд амархан, тогтооход тархинд амархан, түүний слайд бол түүний хөтөч, туслагч мэт үйлчилдэг. Түүний слайд болгон дээр зөвхөн нэг санааг л харуулсан байдаг.

Жобс MacWorld 2008-д шинэ MacBook Air-ийг дугтуйнаас гаргаж ирэхэд тэр компьютерийн талаар анх удаа илтгэлдээ их хугацаагаар ярьсан. Харин түүний слайдад маш бага үг агуулагдсан байсан ч тэд нар нь нэг санааг үзэгчдэд хүргэхэд хангалттай тусалж чадахаар, тийм л зохион байгуулагдсан байсан юм.

Стивийн үг	Стивийн слайд
Энэ бол дэлхийн хамгийн нимгэн нотебүүк	“Дэлхийн хамгийн нимгэн нотебүүк” гэсэн зөвхөн текст
За бүгдээрээ одоо түүнийг нээе. Нэмэж хэлэхэд түүнд соронзон хаалт хийгдсэн учир таны хувцас хүнар тээгэлдэх гогцоогүй болсон байгаа.	Компьютерийн зураг, ‘гогцоо’ гэдэг үг текстээр харагдана.
13.3 инч дэлгэцтэй.	Компьютерийн зураг, 13,3 инч дэлгэц гэсэн текст
Энэ бол үнэхээр гайхалтай дэлгэц. Ардаа LED гэрэлтүүлэгчтэй. Энэ бол эрчим хүчний маш их хэмнэл юм. Тод мөртлөө хурдан ажиллагаа.	Компьютерийн зураг, зүүн талд LED-гэрэлтүүлэгч гэдэг үг.
Дэлгэцийн дээд талд iSight камер суурилсан байгаа. Компьютерийг хайрцагнаас нь гаргаад л та одоо шууд найзуудтайгаа видео дуудлага, хүрал хийж болох боломжтой.	Компьютерийн зураг бүдгэрч, дэлгэцийн дээр байрласан камерийн зураг тодорно.
Компьютерийг нээгээд та, стандарт хэмжээтэй гарыг харах болно. Энэ гар бол бидний компьютерт тавьж байсан гарнуудаас хамгийн гайхалтай нь юм.	Компьютерийн гарын зураг, хажууд нь: “стандарт хэмжээтэй гар” гэсэн текст
Ингээд дахин түүний ямар сайхан нимгэн, ямар сайхан үзэсгэлэнтэй болохыг харцгаая. Магадгүй та бүхэн ийм нимгэн мөртлөө ийм чадалтай компьютерийг хэрхэн хийсэн талаар гайхаж байж магадгүй, тиймээ би одоо ч гэсэн манай инженерүүд хэрхэн энэ гайхамшигийг бүтээсэнд нь гайхах юм.	Компьютерийн зураг
Хамгийн гайхалтай нь түүнд бүтэн Mac багтсан байгаа юм. Түүний эх хавтангийн хэмжээ үнэхээр нимгэн хийгдсэн. Ийм нимгэн эх хавтанд бүхэл бүтэн Mac-ийг багтаахад манай инженерүүд үнэхээр их ажилласан.	Эх хавтангийн зургийг харандаатай харьцуулсан зураг. (Эх хавтан харандаанаас богино.)
“Macbook Air”-т Intel Core 2 Duo суусан байгаа. Энэ бол үнэхээр хурдан процессор. Үнэхээр ‘пуужин’ л гэсэн үг.	Intel Core 2 Duo-гийн зураг.

Дараа нь Жобс “Macbook Air”-т “Apple”-ийн бусад бүх нотебүүк болон “iMac”-д суугасан тэр л процессор байгаа хэмээн танилцуулсан. Тэр Intel-ийн тооцооллох чадвар нь хуучин IBM процессороос хэд дахин их мөртлөө, хэмжээг нь 60 хувиар нимгэн болгож чадах процессорыг үнэхээр биширсэнээ хэлж байсан юм. Тийм ч учир тэр Intel-ийн захирал Пал Отеллиниг өөрийн илтгэлдээ урин авчирч, бага хэмжээний жүжигчилсэн тоглолтыг хийгээд амжсан юм. Полын Стивт дамжуулж өгөх процессорыг нэгдүгээр эгнээнд сууж байгаа хүмүүс ч бараг харж чадаагүй ч, Жобс нь гэрэл асаан, үзэгчдэд инээмсэглэн: “Энэ бол үнэхээр гайхалтай технологи хэмээн хэлсэн юм”.

Энгийн харагдах 5 алхам

Хамгийн шилдэг жүжигчид жүжгийн хэсгээ хэдэн сараар бэддэг. Та тайзан дээр дүрийн үгээ цаасан дээр барин зогсож, жүжгээ бэлдэх жүжигчнийг төсөөлж байгаа биз дээ? Бид жүжигчдийг маш энгийн, хөнгөхөн ярина гэж боддог. Бараг цээжилсэн гэдэг нь ч мэдэгдэхээргүй, хэлж байгаа үгс нь тухайн үед л шууд тархинд нь орж ирсэн мэт тийм амьд сонсогдоно гэж боддог. Тэгвэл таны үзэгчид хүртэл нэгд нэгэнгүй цээжилсэн текст биш, харин амьд, тодорхой яриаг таниас хүлээж байгаа. Яг ийм, амьд байдлыг бий болгох 5 алхамыг бичлээ. Доорх алхмуудыг хэрэгжүүлсэнээр та тайзан дээр яг л Стив Жобс болон алдартай жүжигчид шиг амьд харагдах юм.

1. Өөрийн санаагаа цэгцтэй боловсруулаад цаасан дээр бич. Санаагаа тийм их дэлгэрүүлэх гэж оролдох хэрэггүй. 4 -өөс 5 өгүүлбэр байхад л хангалттай.
2. Өгүүлбэр болгонд түлхүүр үгийг олж, тодруулж тэмдэглээд, өөрийн илтгэлээ бэлдэж эхэл. Бүх өгүүлбэрүүдийг дэс дараалан унш, мартахаас бүү ай. Түлхүүр үгнүүд дээр анхаарлаа хандуулан тархиндаа суулга.
3. Түлхүүр үгнээс бусад бүх үгнүүдийг арилга. Зөвхөн түлхүүр үгнүүдийг ашиглан яриагаа бэлдэж үз.
4. Слайд болгоноос харагдах ёстой гол санааг тогтоо. Өөрөөсөө: “Энэ слайднаас үзэгчид хамгийн гол нь юуг мэдэж авах ёстой вэ?” гэж асуу. Слайд болгон тань нэг сэдэвт захирагдсан байх учиртай. Хэрэв тийм байж чадвал энэ нь таны ярианд хөтөч, туслагч болж өгөх юм. Жишээ нь, Жобс, MacBook Air-тэй дагалдан ирэх Intel Core 2 DUO-гийн тухай ярихад слайдан дээр зөвхөн процессорын зураг байсан юм. Мөн өөр нэгэн үзэгчдийн мэдэж авах ёстой гол мэдээлэл бол “Apple” нь дэхийн хамгийн нимгэн нотебүүк хийсэн гэдэг явдал. Тэд үүнийгээ ч дугтуйны тусламжтай амжилттай ойлгуулж чадсан.
5. Ямар ч тэмдэглэгээ ашиглалгүй, зөвхөн слайдын тусламжтайгаар яриагаа давт.

Ингээд, та олон нийтийн өмнө илтгэлээ тавихдаа, хэрэв тэмдэглэл хийсэн бол үүнийгээ өөртөө харагдахаар, харин үзэгчдэд харагдахгүй байхаар газар байрлуулна уу. Үзэгчдийн өмнө илтгэл тавьж буй хүн цааснаас харан унших нь хамгийн бүдүүлэг шинж. “Mac”-ийн танилцуулга хийдэг программ болох “KeyNote” нь үзэгчид зөвхөн слайд харж байхад, илтгэгчид харин слайдтай хамт тэмдэглэгээг харуулдаг функцтэй. Үүнийг PowerPoint дээр ч гэсэн хийсэн болно. Тэгэхдээ мэдээж жоохон ярвигтай. Тэглээ ч гэсэн, таны ямар программ хэрэглэхээс эс шалтгаалан, та үнэхээр сайн бэлтгэлтэй бол таньд ямар ч тэмдэглэгээ хэрэггүй юм.

Тэмдэглэгээ зайлшгүй ашиглах шаардлагатай үед хэрхэн ашиглах вэ?

Тэмдэглэгээ нь илтгэгч болгоны жигших учиртай зүйл биш юм. Мэдээж та тэмдэглэгээг өөрийн илтгэлдээ ашиглаж болно. Хамгийн гол нь бүх зүйл “амьд” байх хэрэгтэй гэдэг дээр анхаарна уу. Нэгэн зурагчинд алдарт 2007 оны “iPhone”-ы танилцуулгын үеэр Жобс хэрхэн тэмдэглэгээ ашиглаж байгаа зургийг дарах боломж олдсон байна. Түүний тэмдэглэгээнүүд

нь үнэхээр хэнд ч мэдэгдэхгүй

наалттай байсан бөгөөд, бүх тэмдэглэгээ нь өөр өөр өнгөтэй байсан байна. Тэр зурган дээр “iPhone”-ийн интернет боломжийн талаар хэлэх ёстой мэдээллүүд нь тэмдэглэгээ маягаар бичигдсэн байжээ. Дөрвөн ангилал нь маш тодоор, томоор бичигдсэн байв. E-mail, safari,

виджет, газрын зураг. Ангилал болгон нь хоёроос таван хэсэгтэй. Жишээ нь: “Газрын зураг” ангилалын доор ямар ямар зүйлүүд бичигдсэн байсныг сонирхоё.

* Москоне Вест гудамж.

* Starbucks, 4000 кофе захиалга

* Вашингтон Хөшөө

* Хиймэл дагуулын зураг

* Эффелийн цамхаг, Колизеи.....ингээд л болоо.

Эд нар бол танилцуулган дээр заавал яригдах ёстой чухал зүйлүүд юм. За тэгвэл Жобс энэ тэмдэглэгээнүүдийг илтгэлдээ хэрхэн ашигласан бэ? Жобс илтгэл дээрээ “iPhone”-оор үзэгчдэд “үнэхээр гайхалтай” зүйлийг үзүүлье гэжээ. Энэ бол “Google Maps”. Ингээд эхэнд нь тэрээр программыг ачааллаж, утсан дээр яг одоо өөрийнх нь байгаа газрыг харуулахыг хүссэн байна. Дэлгэцэн дээр Сан Франциско, Москоне Вест гудамж гэж гарч ирэх нь тэр.

Хоёрдугаарт, тэрээр Starbucks гэж бичиж, хамгийн ойр байгаа Starbucks-ийг хайлгасан байна. Түүний дараа, Жобс нь хамгийн ойрын Starbucks-руу залгаж, 4000 кофе захиалсан билээ. (Энэ тоглоом нь эртнээс бэлдсэн байсан гэж би огт бодоогүй байсан юм. Мэдээж зурагнаас энэ бүгд урьднаас бэлтгэгдсэн байсан гэдгийг ойлгосон. Харин тайзан дээр тэр ямар ч алдаа мадаггүй, хэнд ч энэ бүхэн эртнээс бэлтгэгдсэн гэдгийг мэдэгдэлгүй харуулж чадсан юм)

Гуравдугаарт, тэр үзэгчдэд Вашингтоны хөшөө рүү очих замыг харуулсан байна. Дэлгэцэн дээр хоёр хөнгөхөн дарж газрын зургийн масштабыг томсгож харуулжээ.

Дөрөвдүгээрт, тэр тохируулганы хэсэгт орж, газрын зураг биш, харин хиймэл дагуулын зургийг харуулах функцыг сонгосон байна. Энэ нь сансраас харагдах дүрс юм. “Энэ үнэхээр гайхалтай биш гэж үү? шууд л утсан дээр минь шүү дээ!” хэмээн тэр үзэгчдэд хандан хэлэв.

Ингээд дараа нь тэр Эффелийн цамхаг болон Колизейгийн зургийг хиймэл дагуулын дүрсээр харуулсан байна: “Сансараас харагдах дүрс, шууд л миний утсан дээр. Үнэхээр гайхалтай!”

Энэ мэтчилэн Жобс нь тайзан дээр үзүүлэх гол санаанууддаа ихэвчлэн анхаардаг. Харин тайзан дээр хэлэх үгэнд биш, зөвхөн гол үг, гол дараалал.

Тиймээ, гаднаас харахад Стив Жобс нь тайзан дээр зүгээр л ярьж байгаа мэт, харин үүний ард ямар их хөдөлмөр ямар их бэлтгэл байдгийг та одоо ойлгосон байх. Амжилттай илтгэлийн нууц нь ердөө бэлтгэл байдаг. Слайдыг өөрийн хөтөч мэт ашиглаж болно. Нэг

сэдэвтэй, түүнийг дэмжих хэд хэдэн гол төрлүүдийг харуулах мэт. Хэрэв та энэ гол хэсгүүдийнхээ заримыг нь мартвал, ядаж л та гол санааг нь ойлгуулсан байх болно хэрэгтэй. Тэгэхдээ аль болох тэмдэглэгээнд найдаж, өгүүлбэрийг цэг таслалгүй цээжлэхээс зайлсхий. Ингэх нь танхимтай амьд холбоо тотооход саад болдог гэдгийг санахад илүүдэхгүй.

Санамж :

- * Тэмдэглэгээгээ уншиж болохгүй.
- * Унших, тэмдэглэгээ ашиглах шаардлагатай болвол хамгийн гол санааг агуулсан 3 –аас 4 хэсгээс өөр юу ч бичих хэрэггүй. Слайд болгонд тэмдэглэгээг тусад нь хий. Хэрэв PowerPoint болон KeyNote-ийг ашиглан тэмдэглэгээ хийж байгаа бол слайд болгон дээр 3 –аас 4 зүйл л байхаар тэмдэглэгээг хий. Цөөн байх тусам сайн.
- * Слайдад тухайн сэдвийн утгыг дэмжиж өгөх зургийг оруулж өгөх нь сайн. Нэг слайд, нэг сэдэв!

Таашаал ав

Бүгд л “MacBook Pro”-г авахыг хүсэж байгаа. Яагаад гэвэл үнэхээр SEXY болохоор тэр.

-Стив Жобс-

2002 онд Mac OS X үйлдлийн систем нь цоо шинэ, дөнгөж төрсөн хүүхэд мэт байлаа. Программ хөгжүүлэгчдийг шинэ үйлдлийн системдээ татах хэрэгтэй байв. Харин Жобс үүнийг “WorldWide Developers

Conference” дээр хийжээ. “WorldWide Developers Conference” эхлэхэд Жобс тайзан дээр байсангүй. Тайз цагаан утаагаар дүүрсэн, хайрцагтай зүйл голд нь байлаа. Түгшүүртэй, хүнд, оршуулгын симпфони хөгжим явна. Ингээд эцэст нь Жобс тайзан дээр хөшигний цаанаас гарч ирэн, хайрцагтай зүйлийг үзэгчдэд үзүүлбэл энэ нь “Apple”-ийн хуучин үйлдлийн систем болох Mac Os 9 байжээ. Танхимд байсан бүх хүмүүс инээлдэв.

Жобс нь ч өөрийн тоглолтоо үүгээр дуусгасангүй. Тэр хайрцаганд хэвтэх Mac OS 9-д хандан, чангаар:

“Mac Os 9 бол бидний найз нөхөр байсан” хэмээн хэлэв. Тэр үнэхээр бидний төлөө ажиллаж, бидний программыг ачааллуулж, бидний команд болгонд захирагддаг байсан. Мэдээж зарим үед өөрөө өөрийгөө мартаж, restart хийх үе зөндөө л байсан. Тэр 1998 оны 10 сард энэ хорвоо дээр мэндэлсэн ч... Өнөөдөр бид OS 9-ийг сүүлчийн замд нь үдэхээр цуглараад байна. Магадгүй тэр одоо тоон тэнгэрт, өөрийн ачааллахад инээмсэглэдэг байсан тэр л инээмсэглэлийг тодруулан биднийг харж буй байх. Хуучин найз Mac Os 9-д хүндлэл үзүүлж нэг минут дуугүй байхыг уриалж байна”

Жобс хайрцаг (авс) дээр буцан очиж, түүнийг хааж, дээр нь цэцэг тавив. Танхим ч түүнийг ойлгож инээлдэх аж. Жобс ч энэ үзүүлбэрээрээ өөрийн санааг илэрхийлж чадсан ба, хамгийн гол нь үүнээс үнэхээр их таашаалыг авсан байгаа юм.

Жобс нь хөгжилдөх дуртай. Танилцуулагын зохион байгуулалт, бэлтгэл, маш олон цаг үргэлжлэх сургуулилт, бүр хамгийн жижиг элементийг нь хүртэл төгс хийсэн байсан ч гэсэн слайд, танилцуулга нь заримдаа бидний бэлтгэсэнээр, бодсоноор болдоггүй. Гэвч Жобст энэ нь асуудал биш, тэр жижиг асуудал гарсан ч өөрийгөө зугаацуулж, танхимыг ч зугаацуулж чаддаг нэгэн. Тэр жижиг зүйлээс болж том зүйл нурахад дургүй. Танилцуулга ажилсан ажиллаагүй тэр зугаацах л болно.

“За тэгэхээр энэ зах зээл нь хэр том байгааг бүгдээрээ харцгаая” хэмээн 2007 оны MacWorld дээр “iPhone”-ийг танилцуулж байхдаа хэлээд слайдаа солих гэтэл түүний слайдын удирдлага ажиллахаа больжээ. “Миний удирдлага, товчлуур нь ажиллахгүй байна” хэмээн хэлж, баруун талд байх компьютер дээрээ очин шалгахад бүгд ажиллаж байв. “Магадгүй энэ ажиллаж байна, үгүй ч юм уу?”... Жобс дахин нэг удирдлага авав. Бас л ажилласангүй. Тэр үзэгчдэд хандан инээгээд, “Удирдага ажиллахгүй байна, манай инженерүүд одоо хөшигний

ард бужигнуулж байгаа даа” хэмээн хэлсэн юм. Танхимд байх үзэгчид ч гэсэн инээлдэв. Ингээд засах гэж хэд оролдоод, бүтэлгүйтсэний дараа Жобс нь зүгээр инээсэглэж, үзэгчдэд доорх түүхийг ярьж өгсөн байна:

Юу гээч, энэ бүхэн надад миний ахлах сургуулийн жилүүдийг санагдууллаа. Стив Возняк болон бид хоёр телевизийн долгионы хэлбэлзлэлийг сольдог нэгэн жижиг төхөөрөмж хийсэн юм. Энэ нь нэг жижигхэн осциллятор байсан бөгөөд телевиз жирэлзүүлдэг байлаа. Воз ч үүнийг байнга халаасандаа авч явдаг байв. Ингээд л бид дотуур байранд бүх оюутнууд “Star Trek” үзэж байхад нууцаар үүнийгээ удирдан телевизүүдийг жирэлзүүлдэг байлаа. Харин хэн нэгэн телевиз янзлахаар босоод очиход бид хоёр больдог байсан юм. Энэ нь ямар зугаатай байсан гээч... За, удирдлага ажилчихлаа.

Энэ нэг минутын, өөрийнх нь тухай түүхэнд түүний зугаацах дуртай дүрсгүй чанарыг харуулж байгаа юм. Энэ нь түүнийг улам хүнлэг, улам бодит болгож өгсөн байна. Мөн тэр хэзээ ч бухимддаггүй, харин зарим илтгэгчид жоохон асуудал гарахад л сандарч, илтгэлээ алдаг.

Youtube-ийн нэгэн хэрэглэгч Жобсын алдаануудын цуглуулга “Bloopers”-ийг нийтэлсэн байна. Энэ алдаанууд нь ямар ч төлөвлөгөө яг төлөвлөсөнчлөн явдаггүй гэдэгийн тод жишээ юм. Слайд гацах, буруу слайд гарч ирэх, компьютер гацах гэх мэт. Энэ мэт биднээс шалтгаалахгүй алдаанууд нь илтэгч бүрт л тохиолдож байдаг. Таньд ч бас тохиолдох нь дамжиггүй.

Энгийн илтгэгч болон, Жобс шиг шилдэг илтгэгчийн хооронд ямар ялгаа байдаг вэ гэвэл Жобс нь ямарваа нэгэн алдаа, төлөвлөснөөс гажууд зүйл тохиолдоход хэзээ ч сандардаггүй ба, үнэхээр өөртөө итгэлтэй үргэлжлүүлж чаддаг юм.

Ямар нэгэн алдаа гарахад тэр бусад илтгэгчид нар шиг сандарч, алдаанд үзэгчдийн анхаарлыг татдаггүй ба тайванаар инээж, үзэгчдийн үзэх ёстой байсан зүйлсийг энгийнээр тайлбарладаг байна.

Жижиг сажиг зүйлд бүү санаа зов

2008 оны MacWorld дээр “Apple” TV-ийн танилцуулганы үеэр Жобс нь зураг хадгалах сайт болох Flickr-тэй холбогдсон байна. Тэр үзэгчдэд энэ сайтнаас хэрхэн зураг татаж, “Apple” TV- дээ үзэж болохыг харуулах гэж байжээ. Гэвч, зурагнууд нь дэлгэцэн дээр харагдсангүй. Бараг 20 секундыг ачааллахад зориусан ч амжилтыг олсонгүй. Ингээд Жобс үзэгчид рүү эргэж харан: “За за, өнөөдөр Flickr бидэнд энэ сайхан том дэлгэцэн дээр зургаа харуулж чадахгүй юм шиг байна даа” хэмээн хэлжээ.

Жобс нь тайзан дээр юу ч түүний сэтгэл санааг нураахыг зөвшөөрдөггүй. Үүний оронд тэр асуудал гарвал асуудлаа хүлээн зөвшөөрч, илтгэлээ үргэлжлүүлж, дүгнэлт хийж, таашаалыг авдаг байна. “Apple” TV-гийн танилцуулгыг тэрээр: “Ингээд бидний, том дэгэцэн дээр та кино, шоу, хөгжим, нэвтрүүлэг болон Flickr-ийн зургийг үзэх боломжтой, тэгэхдээ мэдээж хэрэв тэд ачааллагдаж дуусвал шүү дээ!” хэмээн хэлж үзэгчдийг инээлгэж төгсгөсөн байна. Энэ мэт Жобс нь өөрийн тайз, илтгэлийг нураахад юунд ч боломжийг олгодоггүй юм. Мэдээж, илтгэл нь түүний сэтгэлд хүрэхгүй, муу явж болно. Гэвч энэ нь хэзээ ч түүнээс олж авах, шинэ барааг танилцуулах мэдрэмжээс олж авах таашаалыг үгүй хийж чадахгүй.

Таны хэдэн цаг бэлдсэнээс тань үл хамааран ямар нэгэн зүйл буруугаар эргэж болзошгүй. Анхаарлаа хандуулна уу, би яг ч “буруугаар эргэнэ” гэж хэлсэнгүй. Хэрэв та гарсан асуудалд маш их анхаарлыг хандууж, илтгэлийн үлдсэн хэсгийг нураах боломжийг олговол харин буруугаар эргэнэ. Хүмүүс таныг сонсохоор ирсэн, таны барааны тухай шинэлэг зүйлийг мэдэж авахаар ирсэн, харин алдаанууд дээр анхаарал хандуулвал та энэ бүхнийг үгүй хийх болно.

Илтгэл нь яг бэлтгэл дээрх шиг тийм ч сайн болохгүй байвал Жобс нь хэзээ ч өөрийн өөртөө итгэх итгэлээ алддаггүй. Тэр үзэгчдийн өмнө чангаар, огт санаа зоволгүйгээр “Ёох, үүнийг би хүсэхгүй л байна даа” хэмээн хэлдэг байна, аль эсвэл: “Залуусаа, надад тусламж хэрэгтэй байна, энд ямар нэг юм буруу ажиллаад байна” ч гэх юм уу. Тэр асуудлыг шийдэх алхамыг оролдож үзнэ, тэгэхдээ бас л тун тайвнаар.

Нэгэн илтгэлийн үеэр Жобс нь камерийг ажиллуулж чадаагүй байна. Ингээд хэсэг ажиллуулах гэж оролдсоны эцэст тэрээр камерыг эхний эгнээнд сууж байсан “Apple”-ийн ажилтанд: “Надад мэргэжилтэн хэрэгтэй байна. Тэгэхгүй бол надад дэндүү хүнд байна. Зүгээр ажиллах үедээ, үнэхээр гайхалтай ажилладаг шүү дээ” хэмээн хэлэн өгчээ.

Уран гулгагчийг та хэрхэн ажигладагаа санадаа. Ялангуяа маш хэцүү хөдөлгөөн хийж буй уран гулгагчийг та ердийн, маш жоохон алдаа гаргахад л тэр мөсөн дээр унана гэдгийг мэдэж байдаг. Ингэж унасан уран гулгагчийг та харин босоод үргэлжлүүлэн гулган, үзүүлбэрээ дуусгаасай хэмээн хүсдэг. Тэгвэл яг ийм л зүйлийг таны үзэгчид ч гэсэн боддог юм. Таниас хэн ч төгс төгөлдөрийг хүсэхгүй (мэдээж таниас бусад нь). Алдаа гаргадаггүй хүн гэж угаасаа байдаггүй. Яг л уран гулгагч шиг унасан бол, босон үргэжлүүлбэл таны үзэгчид хамгийн том алдааг тань хүртэл уучлах болно.

Жобсыг бөөр шилжүүлэн суулгах мэс засал хийлгэх гээд байхгүй байх хооронд хэвлэл мэдээллээр түүний өвчний талаар шуугилдаж байсан билээ. Жобс ч зарим нийтлэлд үнэхээр

дургүйцэн олон ч сэтгүүлчид рүү утасдан хувийн амьдралд халдахгүй байхыг хүссэн байна. Сайт, блог болон сэтгүүлч нар Жобсын өвчнийг тодорхойлох гээд уралдаж байхад би түүнийг ямар тайван, хошин шогийн мэдрэмжээ огт алдаагүй байгааг хараад гайхсан юм.

2008 оны 9 сард тэрээр WWDC-ийн тайзан дээр гаран: “Бүгд сайн байцгаана уу! Хүрэлцэн ирсэнд баярлалаа. Надад та бүхэнд зориулсан гайхалтай мэдээнүүд байна. Тэгэхдээ үүнийг эхлэхээс өмнө та бүхэнд нэг хэлэх зүйл байна”. Слайдан дээр “Миний үхлийн талаархи шуугиан хэт хэтрүүлэгтэй байна” гэсэн текст гарчээ. Үзэгчид ч инээлдэн, алга ташицгаав. “За одоо гол зүйлдээ орьё” хэмээн хэлж Жобс яриагаа үргэлжлүүлсэн байна. Хэвлэл мэдээлэл болон хөрөнгө оруулагчид мэдээж түүний эрүүл мэндийн талаар илүү ихийг мэдэхийг хүсэж байсан ч гэсэн, Жобс ганцхан слайд дээр харуулж, өөрөө үүнээсээ таашаал авч чадсан юм.

Харин одоо мэдээлэл, бас зугаа

Ихэнхи бизнесменүүд, илтгэгчид нэгэн зүйлийг ор тас мартдаг. Энэ юу вэ гэвэл, тэдний үзэгчид нь тэднийг мэдээллээр цэнэглэхээс илүү, тэднийг зугаацуулахыг хүсэж байдаг гэдэгийг мартдаг. Харин Жобс нь үүнийг хэзээ ч мартдаггүй. Тэрээр үзэгчиддээ мэдээллийг ч өгдөг, мөн зугаацуулж ч чаддаг. Тэр ямар нэгэн шинэ зүйлийг мэдээлж, өөрөө түүнээсээ таашаалыг авдаг нэгэн билээ. Энэ нь аливаа үзэгчдэд хамгийн шилдэг тохирох хувилбар юм. Ихэнхи илтгэгчид нь чухал царайтай, тайзан дээр инээнэ гэж бараг л байдаггүй ба хамгийн гол нь үзэгчидтэй ярих мөчөөсөө таашаалыг огт олж авдаггүй. Харин Жобс бол ондоо, тэр бүх л тайзаар мишээн алхана. Үүнээс таашаалыг ч авна. Өөрийн илтгэл болгондоо хөгжилтэй зүйлийг заавалчгүй хэлж үзэгчдээ хөгжөөнө. Түүний ярих онигоонууд Microsoft-той холбоотой байх нь элбэг.

2003 оны 10 сарын 1-нд Жобс нь AOL-тай хамтран ажиллахаар болсоноо хэлж, “Itunes”-ийн шинэ функцуудын талаар ярьж дууссан байна. Танхим ч түүний илтгэл дууссан хэмээн бодож байлаа, гэвч дуусаагүй байж. Бүхний төгсгөлд Жобс нь өөрийн бренд болсон “Дахин нэг зүйл байна” гэдгээ хэлэв. Тэр, “Там хөлдлөө!” гэдэг слайдыг үзэгчдэд харуулжээ. Ингээд үзэгчдэд хандан “олон хүн биднийг огт ингэнэ гэж бодож байгаагүй, итгэхээргүй тийм “Itunes”-ийн шинэ функци гарлаа” хэмээн хэлсэн байна. Ингэж Жобс нь Windows дээрх “Itunes”-ийн хувилбарыг танилцуулсан юм. Түүний хэлсэнээр, “магадгүй “Itunes” нь Windows дээрх хамгийн сайн програмуудын нэг” гэнэ. Түүний энэ зарлал нь үзэгчдээс маш их дэмжлэгийг авсан юм, Жобс ч энэ мэдрэмжээс таашаалыг авч байв.

“Apple” компанийг үүсгэн байгуулагч Стив Возняк нэгэн удаа ‘Жобс бид хоёрыг нэгэн сонирхол холбож байдаг’ хэмээн хэлсэн байна. Энэ бол электроник. 70-аад оны эхээр буюу Жобс болон Возняк нар эцэг эхийнхээ гараж дотор анхны компьютерээ угсарч байх үеэр Жобс нь компьютерийг жирийн хэрэглээ болгож, түгээмэл бүтээгдэхүүн болгоно гэдэг санаанд гүн автсан байжээ. Тэгвэл түүний энэ санаа нь, энэ сонирхол нь түүний илтгэлүүдээс, одоо ч гэсэн илхэн харагдаж байдаг. Үнэхээр сонирхолтой, мэдээлэлтэй бас хөгжилтэй тийм л илтгэлийг тэр хийдэг. Тэр өөрийг нь дүүргэж, өөрийг нь ховсдож байдаг тэр л эрч хүч, энергиэр үзэгчдээ цэнэглэж байдаг болохоор түүний илтгэлүүд нь үнэхээр гайхалтай болдог байна.

2009 онд Жобс нь амралтаа авахад, түүний эрүүл мэндийн талаархи шуугианаас болж “Apple”-ийн хувьцаа их унасан байна. Олон ч хүн “Apple”-ийн удирдлагад санаа зовж, Жобсоос өөр хүн ирлээ гэхэд сонирхолтой, шинэ бүтээгдэхүүн гарах эсэх талаар санаа зовниж байлаа. Ажиглагчид нар бүр “Apple” нь Жобсгүй бол дампуурна’ гэдэг байр суурьтай байв. Гэвч, нэгэн Шо Ву хэмээх ажиглагч арай өөр өнцгөөс байдлыг харсан байна. Түүнийхээр “Apple” нь Жобсгүй байсан ч гэсэн улам хөгжин дэвших гэнэ, яагаад гэвэл “Apple”-д Жобсийн хэв маяг нь нэвт шингэчихсэн байгаа болохоор тэр гэнэ. Вугийн хэлж байгаагаар, “Apple” нь дэлхийг өөрчлөх бөх зүрхтэй хүн болгоныг өөртөө татаж байдаг тийм л соронзон орон’ юм.

“Pc world” сэтгүүл нь Жобст зориулсан нэгэн нийтлэлдээ, Жобс нь шоумен, илтгэх урлаг, бараа бүтээгдэхүүн танилцуулах арга хэмжээг шинэ түвшинд авчирсан хүн хэмээгээд, түүнд хурдан эдгэрэхийг хүсэж, ажилдаа эргэн орон, тайзан дээр илтгэл тавихыг хүссэн байна.

Бараг 30 жилийн турш Жобс нь дэлхийг гайхашируулсаар ирсэн. Үүнтэй хэн ч маргахгүй. Бид “Mac”-ийн хэрэглэгч, “PC”-ний хэрэглэгч аль нь ч байсан гэсэн түүний энэ ертөнцөд оруулсан хувь нэмэрт нь үргэлж талархах учиртай. Ингээд хэрэв та энэ номон дээр бичсэн зүйл болгоныг үнэхээр сайн уншиж, судалсан бол ойрын хугацаанд та өөрийн бараа бүтээгдэхүүн, санаагаа үнэхээр өгөөжтэй зарж чадна гэдэгт итгэлтэй байна.

Санамж

* Үзэгчдэд мэдээллийг ч өг, зугаацуулж ч бай. Таны үзэгчид мэдээлийг хүснэ, хөгжилдөхийг мөн л хүснэ. Өөрийн илтгэлээс таашаалыг олж ав. Таны илтгэл, энэ бол шоу.

* Хэзээ ч битгий алдаанд анхаарлаа хандуул. Үзэгчдийн анхаарлыг хэт их алдаанд татах нь муу. Алдаа гарвал, зүгээр л алдааг хүлээн зөвшөөр, уучлалт гуйх, хүлцэл өчих огт хэрэггүй. Инээгээд л цааш үргэлжлүүл. Хэрэв таниас өөр хүн алдааг орж хараагүй бол бүр тоохгүй орхи.

* Төлөвлөгөөгөөр илтгэл тань явахгүй тохиолдол бий болсон байдалтай уусан зохиц. Илтгэх гэсэн бүх л санааг тархиндаа байлга... Үзэгчдээс таашаалыг ав.

Төгсгөл

Өлсгөлөн хэвээрээ бай, тэнэг хэвээрээ бай.

-Стив Жобс-

Стив Жобс нь өөрийн үзэгчдэд үргэлж хүлээлт догдлолыг бий болгож байдаг. Илтгэлийнхээ хамгийн төгсгөлд тэрээр “Дахин нэг зүйл байна” гэж хэлэн, сюрпризыг задалдаг билээ. Жишээ нь 2000 оны 1 сарын 5-нд болсон MacWorld-ийн төгсгөлд тэрээр ‘дахин нэг зүйл байна’ хэмээн хэлж, өөрийгөө “Apple”-ийн захиралын үүрэг гүйцэтгэгч байхаа больж байнгын захирал болж байгаа гэдгээ зарласан билээ. Энэ гэнэтийн бэлэг нь Жобсын үзэгчдийн хамгийн дуртай бөгөөд хамгийн ихээр хүлээж байдаг хэсэг нь билээ. Тэгэхдээ түүний ‘дахин нэг зүйл байна’ нь илтгэл болгон дээрээ хэлээд байдаг энгийн зүйл биш. Сюрприз нь хэзээ болох нь мэдэгдвэл мэдээж сюрприз биш болно шүү дээ! Ингээд Стив Жобсын хэв маягтай уусан, би өөрийн номондоо ‘дахин нэг зүйл бий’ бүлэгийг орууллаа. 2005 оны 6 сарын 12-нд буюу түүнд хорт хавдрыг илрүүлсэний дараа Жобс нь Стэнфордын их сургуулийн оюутнуудын өмнө үг хэлсэн билээ. Түүний энэ илтгэл нь интернетэд сенсаци тарьсан юм. Энэ бол Youtube дээрх хамгийн алдартай илтгэл юм. Үзэгчдийн тоогоор Опра, болон Жоан Роулингийг аль хэдийнээ хол давсан байдаг.

Жобс нь үг хэлэхдээ өөрийн бүх л арга техникээ ашигласан байгаа юм. Ганц зүйл нь гэвэл энэ удаа түүнд слайд байсангүй. Харин бусад бүх зүйлээр бол тэр байдаг л Жобс. Доор би, түүний энэ ярианых нь хэсгүүдийг, амьдрал дээр тэр хэрхэн өөрийн арга техникээ ашиглаж байгааг харуулахын тулд орууллаа. Мэдээж би та бүхнийг түүний энэ илтгэлийг Youtube-ээс үзээсэй хэмээн хүсэж байна.

-Өнөөдөр би та бүхэнд өөрийн амьдралын 3 түүхийг ярьж өгөхийг хүсэж байна. Ердөө л гурав. Ингээд л болоо.

Бидний 3-р үзэгдэлд үзсэнчлэн тэр ‘гурвын дүрэм’-ийг ашиглан сонсогчдод өөрийнх нь илтгэлийн ойлголтыг өгч байгаа юм. Нэг биш, дөрөв биш, харин гурван түүх. Ингэж тэрээр илтгэлийн зорилгод хүрэх замыг сонсогчдын тархинд бий болгож байна. Ярианых нь бүтэц ч гэсэн тун энгийн: эхлэл, гурван түүх, төгсгөл.

- Миний эхний түүх бол сурсан мэдсэн бүх л зүйл амьдралд хожим байраа олж, хэрэг болдог, холбогддог тухай.

Энэ нь 6 сарын турш суралцсаны дараа коллежоо хаясан тухай байх аж. Сургуулиа хаяхад анхандаа түүнд үнэхээр аймшигтай байсан ч, эцэст нь бодоход тэр үнэхээр зөв шийдвэр гаргасан байснаа хэлсэн юм. Учир нь тэр дургүй хичээлдээ суун цаг үрэхгүй болсон бөгөөд, тэр зөвхөн өөрт нь сонирхолтой хичээллүүддээ л суудаг болсон тухай ярьсан байна. Жишээ нь уран бичлэг гэх мэт. Ингээд энэ бүгд 10 жилийн дараа холбогдон гарч ирж байгаа юм. Жобсын ачаар “Macintosh” нь үсгийн фонтдоо бичмэл болон уран гоё шрифт дэмждэг анхны компьютер болсон төдийгүй бүхий л харагдах байдал (интерфейс) нь их загварлаг болсон юм.

-Хүсэл тэмүүлэл, сонирхолын тухай

Жобс аль залуу байхдаа л дизайнд сонирхолтойгоо, энгийн зүйлд дуртайгаа мэдсэн. Тэр залуу байхдаа л дэлхийг өөрчлөх зорилготойгоо мэдэж, хэзээ ч эргэж буцаагүй байна. Өөрийн энэ сонирхол, эрч хүчээ бусадтай хуваалц, та тэднийг цэнэглэж чадна.

-Миний хоёрдахь түүх бол хайр болон хагацалын тухай.

Энэ хэсэгт Жобс нь компьютерт үнэхээр сонирхолтой, хайртай байсан бөгөөд энэ сонирхол, тэмүүлээ өөрийн найз Возняктай хэрхэн хуваалцсан талаар ярих ажээ. Тэр мөн 10 жилийн дотор 2 тэрбум долларын үнэлгээтэй компанийг байгуулсан тухай ярьж, харин 30 настайдаа энэ бүхнээс хагацаж, “Apple”-аас халагдсан тухай өгүүлсэн байна.

-Энэ бүхний дараа намайг урагш тэмүүлэхэд хүч өгч байсан ганц л зүйл бол миний хийж буй зүйлдээ үнэхээр хайртай байсан явдал. Та ч гэсэн өөрийн хайртай, сонирхолтой зүйлийг олох хэрэгтэй.

Сонирхол, тэмүүлэл, хийж буй зүйлдээ үнэн сэтгэлээсээ дурлах гэдэг нь Жобсын амьдралын гол сэдэв гэдгийг дахин харж байна. Жобс нь ийм их амжилт олсны гол шалтгаан нь тэр өөрийн зүрхийг сонсож, дуртай зүйлээ хийсэнд байгаагаа хэлсэн юм. Энэ нь ч үнэн юм. Хэрэв ярьж буй сэдэв, танилцуулж буй бараандаа үнэхээр чин сэтгэлээсээ хандаж, түүндээ үнэхээр ‘дурлаж’ чадахгүй бол энэ номны ямар ч зөвлөгөө хэрэгжиж чадахгүй гэдгийг анхаарна уу. Нар дахин мандахыг тэсэн ядан хүлээж, хэдэн өдөр шөнө ч амралтгүй ажилласан ч ядрахгүй тийм л зүйлийг ол. Түүнийгээ төгс болгохыг хичээ. Дуртай зүйлээ л хийвэл хүн амжилтанд хүрч чадна.

-Миний гуравдахь түүх бол үхлийн тухай.

Энэ хэсэгт Жобс нь эмчээс, хорт хавдрын тухай сонссон тэр л өдрийг дурсан эхлүүлсэн байна. Тэр өөрт нь 3–аас 6 сарын амьдрал байна гэж бодож байсан ч гэсэн түүний хорт хавдрыг эмчилгээгээр тархалтыг удаашируулах боломжтой байсан нь хожим тогтоогдсон юм. Ингээд өөрт нь үхэл хэт тулан ирсэн гэдгийг мэдсэн цагаас эхлэсэн амьдралын энэ жоохон хором түүнд ямар их зүйлийг ойлгуулж байгааг хэлсэн байна.

-Хэн ч үхэхийг хүсдэггүй. Диваажинд очих нь тодорхой хүн ч гэсэн үхэхийг хүсдэггүй.

Жобс нь үргэлж иймэрхүү зугаатай зүйлийг яриан дундаа хэлдэг. Тэр хүнд сэдэвт чимх зугааг оруулахдаа үнэхээр мэргэжлийн.

-Бидний амьдрах хугацаа хязгаартай, тийм учир хэн нэгний амьдралаар амьдарч цагаа үрэх нь тэнэглэл. Бусад хүмүүсийн бодлын үр дүнд бий болсон хоосон сургааль, ягшмал номлолыг баримталж бүү хуурт. Бусдын үзэл бодлын дуу хоолойг өөрийн дотоод сэтгэлийн дуу хоолойноос илүүд бүү үз. Тэгээд хамгийн чухал нь өөрийнхөө зүрх сэтгэл, зөн билгээ дагах эр зоригтой байгаарай.

Энэ бол ярианд ашиглагддаг ‘анафор’ гэдэг техник юм. Нэгэн санааг олон өгүүлбэрт давтан

хэлж хүчийг өгдөг техник. Хамгийн шилдэг улс төрч нар Черчилээс эхлээд Хаан хүртэл, Рейганаас эхлээд Обама хүртэл бүгд нотолгоог хүчтэй болгохын тулд анафорыг ашигладаг. Тэгвэл Жобс нь ч гэсэн энэ өгүүлбэрээ хүчтэй болгохын тулд анафорыг ашигласан байгаа юм.

-Ингээд, хамгийн чухал нь өөрийн зүрхийг дагах, өөрийн зөн совинг дагах зоригтой бай. Тэд л чамайг оргилд аваачих болно.... Өлсгөлөн хэвээрэ бай, тэнэг хэвээрээ бай.

Жобс нь өөрийн яриаг, ярианыхаа гарчиггаар өндөрлөж байгаа юм. Энэ нь түүний ярианы гол санааг агуулсан байна. Урьд нь ярьсанчлан Жобс нь гол санаагаа илтгэл тавьж байхад хэд хэдэн удаа давтдаг. Тэгвэл, энэ дүгнэх хэсэгт тэрээр “Өлсгөлөн бай, тэнэг бай”-г гурван удаа давтаж байгаа юм.

Энэ санаа нь түүний бизнест болон, илтгэх урлагын оргилд гарсан нууцыг өөртөө багтаасан юм. Өөрт тань таалагддаг, өөрийн хайртай зүйлийг л хий. Гарч болох бүх алдаа, азгүйтлийг шинэ зүйлийн эхлэл мэт, улам төгс болгох боломж мэт хар. Компьютер угсрангаа, шинэ утас бүтээнгээ, “Apple”-ийг удирдангаа, Pixar-ийг удирддаг Жобс нь түүний энэ бүх ажил нь амьдралынх нь зорилго гэдэгт итгэдэг. Энэ бол Жобсын бидэнд хэлэх хамгийн сүүлийн бөгөөд хамгийн чухал хичээл буюу өөртөө итгэх итгэл. Жобс нь өөрийн зүрхийг бүх л амьдралынхаа турш дагасан. Та ч гэсэн өөрийн үзэгчдийг байлдан дагуулахын тулд өөрийн зүрхийг чагна. Тэгвэл та үнэхээр гайхалтай илтгэл тавихад нэг алхам ойрхон байна гэсэн үг. Үргэлж өөртөө итгэ.