

Исходная статья: <https://wakeupproductive.wordpress.com/2010/02/19/prioritization-how-to-do-the-right-things-in-the-right-order-wake-up-productive-by-eben-pagan/>

## **Расстановка приоритетов – Как выполнять нужные дела в правильном порядке?**

Сегодня мы поговорим о том, как расставлять приоритеты и планировать свой рабочий день таким образом, чтобы выполнять нужные дела в правильном порядке. У большинства людей, и я не исключение, слишком много забот: огромный, бесконечный список текущих дел, который разрастается день ото дня. Мы теряем всякую надежду на то, чтобы когда-нибудь справиться с этим валом вопросов, тем более что к нему постоянно добавляются всё новые пункты. Лично я предпочитаю, чтобы в моем списке текущих дел всегда содержалось на 20-50% больше задач, чем я в состоянии выполнить. Тем самым я обеспечиваю себе стабильную загрузку, а также постоянную пищу для размышлений. К тому же это позволяет мне упорядочивать дела по степени приоритетности, так что наименее значимые из них уходят в конец списка и вообще отпадают.

К этому же я призываю и вас: не бойтесь вычёркивать дела из списка, не считайте, что обязаны выполнить абсолютно все задачи. Всё равно это невозможно! Наступит день, когда вы умрете, а в вашем списке останутся невыполненные дела. Тут уж ничего не поделаешь, так устроена жизнь. Если же вы будете позволять себе иногда удалять из списка часть задач, то расставлять приоритеты станет намного легче. Хочу поделиться с вами поучительной мыслью, которую я услышал от своего хорошего друга Уайатта Вудсмолла. В ходе одного из своих проектов по «моделированию» он исследовал поведенческие особенности 50 выдающихся предпринимателей по всей Европе. Так вот один из этих предпринимателей выразил свое кредо так: «Первоочередное — в первую очередь, остальное — в корзину». Другими словами, первым делом нужно решать самое важное, а всем прочим не стоит заниматься вообще. Любопытная установка, как мне кажется. Подчеркиваю, речь идет о суперуспешном бизнесмене. Мы в который раз убеждаемся, что наиболее продуктивные люди способны к маниакальной сосредоточенности на одном деле. Они знают, что если им удастся выполнить эту единственную самую важную задачу, то все остальные вопросы можно пустить на самотек, и в свое время они разрешатся сами собой.

Таким образом, если вы просто составляете длинный список дел, а затем решаете, что вот эту задачу вы будете делать сначала, эту во вторую очередь, а ту — в третью, то это вряд ли можно назвать грамотной расстановкой приоритетов. Конечно, бывают ситуации, когда перед человеком стоит сразу несколько неотложных вопросов, с которыми обязательно нужно справиться в ограниченный отрезок времени. Но по большому счету грамотная расстановка приоритетов предполагает, что вы способны выделить те задачи, которые обладают наивысшей «пожизненной ценностью» и приносят максимальную финансовую отдачу, и можете сосредоточиться исключительно на этих задачах. Существует ряд методов, которые помогут вам в этом преуспеть. Один из моих любимых заключается в том, чтобы составить список задач и присвоить каждой из них некую денежную ценность, определяющую, насколько оправданно ее выполнение. Понятно, что выполнение одних задач принесет немедленный, но однократный доход, а выполнение других будет окупаться в долгосрочной перспективе. Разница примерно та же, что между простой тратой денег и инвестированием. Когда вы просто тратите деньги, то обычно получаете взамен какое-то благо, которое сразу же и потребляете. Когда же вы инвестируете, то получается отдачу на протяжении длительного периода.

Человеческий мозг и психика не приспособлены к тому, чтобы мыслить долгосрочными категориями. Мы запрограммированы на немедленное вознаграждение. Наш мозг в этом смысле не слишком отличается от мозга шимпанзе. Если вы когда-нибудь изучали поведение приматов, то знаете, что шимпанзе не способны откладывать вознаграждение

на потом и не в состоянии контролировать свои импульсы. Когда у обезьяны возникает желание съесть банан, она тут же его хватается и проглатывает: откладывать удовольствие она не умеет. Люди, в отличие от обезьян, в некоторой степени умеют сдерживать свои побуждения и откладывать вознаграждение на потом. Именно за эту способность мы и должны держаться, принимая решение о том, на что расходовать свою энергию. Не стоит бросаться скорее делать то, что кажется срочным, неотложным, обязательным или просто занятым. Разумнее сделать паузу и подумать: «Какие из этих дел будут иметь для меня смысл через десять, двадцать, пятьдесят лет?» Научившись оценивать потенциальную финансовую выгоду от каждой задачи и мыслить в долгосрочной перспективе, вы сможете понять истинную целесообразность тех или иных действий.

Вот показательный пример. Допустим, в моем списке дел три пункта. Один из них — перезвонить приятелю, который связывался со мной и сказал, что ему нужно со мной поговорить. Вторая задача — записать такой вот видеоурок из тех, что я размещаю на различных видеосервисах и своем собственном сайте с тем, чтобы делиться опытом и обучать людей эффективному управлению временем. Третье дело — пообщаться с человеком, заинтересованным в приобретении одного из моих продуктов. Итак, я должен определить, какова ценность каждой из этих задач в долгосрочном периоде. Если бы я еще не освоил умения грамотно расставлять приоритеты, то рассуждал бы примерно так: «Ага, знакомый просил меня перезвонить, я быстро с этим справлюсь. Потом поговорю с потенциальным клиентом. Возможно, он прямо сейчас захочет что-то купить. Ну а потом займусь записью видеоурока». Большинство людей интуитивно склонно мыслить именно так. Но давайте попробуем определить реальную ценность выполнения каждой задачи. Проанализируем сначала ценность звонка знакомому. Скорее всего, он хочет задать какой-то вопрос, на который вы сможете ответить в любое время, так что, перезвонив, вы просто сообщите ему нужную информацию; вам лично это не принесет никаких ощутимых результатов. Теперь перейдем к анализу следующего пункта. Для большей наглядности мы сейчас поговорим не о второй, а о третьей задаче.

Итак, некто выразил желание пообщаться со мной на предмет приобретения моего продукта. Этот разговор может стать началом долгосрочного сотрудничества. Первым моим интуитивным побуждением было сначала перезвонить знакомому и быстро покончить с этим вопросом, а затем уже заняться переговорами с потенциальным заказчиком, что вряд ли займет много времени. Но подумаем теперь: какова ценность разговора с потенциальным клиентом? Возможно, речь идет о приобретении продукта на 1000, 2000 долларов или даже больше. Так насколько важен этот разговор? Будем исходить из того, что по статистике договор заключают около 50% людей, с которыми я общаюсь лично, а средняя стоимость покупки составляет 1000 долларов. Таким образом, оценить пользу данного разговора можно где-то в 500 долларов. Поговорим теперь о записи видеоурока — небольшого обучающего видео, которое я смогу опубликовать на различных видеосервисах и своем собственном сайте, где этот материал будет доступен в течение нескольких лет. Какова его ценность? Судя по статистике, каждый из моих уроков ежегодно смотрят тысячи людей. Проведем анализ в расчете на каждую тысячу человек, посмотревших видео. Скажем, 1% из них заходит на сайт, подписывается на новостную рассылку и задумывается о приобретении продукта. Какова ценность каждого такого посетителя? Она достаточно высока, поскольку подписчики — это качественная, заинтересованная аудитория, которой нравятся мои продукты. Будем считать, что ценность каждого подписчика составляет 25 долларов, а десяток подписчиков (1% от 1000 посетителей) даёт 250 долларов. Но мне известно, что в среднем каждый мой урок смотрят 5000 человек в год!

То есть уже в первый год они приносят мне 1250 долларов. По самым скромным подсчетам, каждый видеоурок будет привлекать внимание аудитории в течение 5 лет. А это значит, что его ценность составит, если не ошибаюсь, 6250 долларов. Как видите, запись одного такого небольшого видеоурока — гораздо более стоящее предприятие, чем выполнение двух вышеописанных задач вместе взятых. Однако же первым моим побуждением было отодвинуть это дело на задний план. Теперь, думаю, вы понимаете,

почему сейчас я занят записью урока, а не сижу у телефона, перезванивая знакомым. Говоря откровенно, до меня теперь вообще очень трудно дозвониться. Я приобрел репутацию человека, который очень долго не перезванивает. Почему? Да потому, что, как правило, все телефонные разговоры — пустая трата времени. Обычно человек хочет просто поболтать ни о чем, посплетничать, а у меня есть более важные дела, например запись видеоуроков, которые будут интересны тысячам, десяткам и сотням тысяч людей.

Итак, чтобы расставить приоритеты и определить, чем заниматься в первую очередь, составьте список дел и распределите их по денежной ценности. Заставьте себя это сделать, причем не забывайте мыслить долгосрочными категориями: на пять, десять, двадцать лет вперед. Когда набьешь руку, подобные оценки отнимают всего пару секунд. Допустим, вышеприведенный пример с тремя задачами я сочинил по ходу записи видео. Я не обдумывал его заранее, и все расчеты были сделаны без предварительной подготовки. Немного потренировавшись, вы тоже научитесь быстро определять ценность выполнения той или иной задачи: одна может принести 5 долларов, другая вообще ничего, а третья — 10 тысяч долларов. Выпишите перечень всех своих дел с соответствующими денежными оценками, и вам сразу станет ясно, какой пункт должен занимать верхнюю строчку.

При расстановке приоритетов также полезно иметь в виду, какие виды деятельности имеют наибольшее значение для успеха бизнеса. Таких важнейших аспектов — три: маркетинг, разработка продуктов и развитие плодотворных отношений. В этом коротком уроке у нас нет возможности обсуждать данные вопросы подробно, но вы должны усвоить, что именно три названных аспекта (маркетинг, создание продуктов и развитие отношений) способствуют росту бизнеса и увеличению прибыли. Итак, в числе ваших приоритетов всегда должны находиться следующие задачи: 1) разработка и реализация маркетинговых программ, стимулирование продаж; 2) создание товаров и услуг, то есть тех благ, которые люди будут готовы у вас покупать в течение длительного времени; и 3) развитие плодотворных отношений. Речь идет в первую очередь об отношениях с людьми, способными помочь вам добиться личного и профессионального успеха: это могут быть деловые партнёры, ценные специалисты, которых вы планируете взять на работу, или люди, с которыми вы сотрудничаете в вопросах разработки товаров и услуг. В общем, все те люди, с помощью которых вы сможете добиться успеха в долгосрочной перспективе. Итак, ваши «три кита» — это маркетинг, разработка продуктов и развитие отношений. Если вы сделаете их своими приоритетами, ваша продуктивность заметно возрастет.

В заключение — полезная информация. Если вы хотите освоить методики эффективного управления временем и повышения производительности, научиться не терять концентрации, перестать откладывать дела на потом, избавиться от вредных привычек и выработать вместо них продуктивные, рекомендую зайти на сайт [WakeUpProductive.com](http://WakeUpProductive.com) и посмотреть видеоурок продолжительностью 47 минут. Этот материал посвящен тому, как научиться управлять собой и своим временем и добиться существенного роста личной продуктивности. Стоимость урока составляет 100 долларов, но вы можете посмотреть его бесплатно: достаточно зайти на сайт [WakeUpProductive.com](http://WakeUpProductive.com), указать свое имя и адрес электронной почты и подписаться на рассылку. Одновременно с этим вы получите доступ ко множеству других полезных и бесплатных видеотренингов; также я буду присылать вам эксклюзивные ссылки на свои интервью с ведущими мировыми экспертами по вопросам бизнеса, маркетинга, личной продуктивности и успеха. И всё это бесплатно! Просто зайдите на [WakeUpProductive.com](http://WakeUpProductive.com), введите свое имя и e-mail — и начните получать полезные материалы прямо сейчас.