



УНИКАЛЬНОСТЬ.  
КАК ОТСТРОИТЬСЯ ОТ КОНКУРЕНТОВ

# УРОК 3.

# УНИКАЛЬНОСТЬ

Тренд данного времени – уникальность, индивидуальность, аутентичность.

Мы не копируем, мы ищем свои сильные стороны и из этого создаём свои продукты, оказываем услуги.



## **НАШ СЕГОДНЯШНИЙ УРОК БУДЕТ ПОСВЯЩЁН УНИКАЛЬНОСТИ. ПОЧЕМУ ВАЖНО БЫТЬ УНИКАЛЬНЫМ, ЧТОБЫ ЗАНЯТЬ СВОЁ МЕСТО НА РЫНКЕ**

Частая ситуация:

«Я вроде эксперт, но не понимаю, что во мне такого уникального, как мне отстроиться от конкурентов и тд».

Тема уникальности не просто набирает обороты . Это, наверное, один из основополагающих моментов, который сейчас на рынке будет очень сильно виден.

Направьте фокус внимания внутрь вас, потому что уникальность это история не про что-то внешнее. Вы не можете взять это извне. Вы можете только найти это внутри себя.

У каждого из нас есть свои особенности.

Мы абсолютно разные, потому что у нас абсолютно разный жизненный опыт.

Вот то, что люди пытаются найти где-то вовне и за счёт чего пытаются отстроиться, находиться именно внутри вас. В вас уже есть что-то особенное, за счет чего вы можете на этом рынке состояться.

В 21-м году копирование не то, что не пройдёт, уже в 20-м было видно, что те, кто копируют, остаются сильно позади.

И что выигрывают здесь только те, кто задаёт свои правила, свои тренды. То, что идёт из какого-то своего внутреннего отклика. А те, кто копируют, по сути, всегда сзади.

Это неизбежно.

Если вы будете просто копировать, что-то перенимать, что уже сделано, вы всегда сзади. Плюс ко всему, вы не влияете на эту систему.

Потому что копирование подразумевает, что вы берёте то, что есть, не вносите никаких собственных корректив и, соответственно, применяете это в рамках своих проектов.

Это не самая выигрышная история, просто потому, что, как правило, на это нет внутреннего отклика.

Потому что копирование подразумевает, что вы берёте то, что есть, не вносите никаких собственных корректив и, соответственно, применяете это в рамках своих проектов.

Это не самая выигрышная история, просто потому, что, как правило, на это нет внутреннего отклика.

То есть это про то, что «я вижу у другого это работает, я возьму это себе, ничего, что у меня нет никакого на это внутреннего основания, что это возможно мне не откликается и что в целом это, возможно, мне даже как-то противоречит, самое главное, я хочу получить результат».

А результат сейчас люди готовы получать любой ценой, в том числе, копированием.

Копирование это история про обесценивание себя в каком-то смысле. Что «я не так хорош, чтобы здесь что-то изобретать, я лучше буду просто копировать».

Но вопрос в подаче, что вы как-либо доносите, и как это накладывается на ваши внутренние ощущения, на ваши внутренние ценности, на вашу миссию, с которой вы реализуете тот или иной проект, либо оказываете ту или иную услугу.



И дело не в том, чтобы искать что-то, кто ещё никто не придумал. Нет, это про вашу интерпретацию. Про то, как вы проживаете этот опыт, как вы его трансформируете через себя, и как вы его выдаёте миру.

Достаточно иметь авторскую подачу, авторский взгляд на что-либо и, конечно же, практическую применимость. То есть у вас должен соответствующий опыт.

И это более гармонично, с точки зрения развития, потому что это не вызывает внутреннего сопротивления. Ты действуешь, исходя из своих внутренних мотивов, следуешь по своему сердцу и всё, что ты приносишь в этот мир, оно очень гармонично сочетается с тобой внутри.

Важно понять, «про что я, что во мне такого особенного».

Потому что не может ваш опыт не стоить ничего.

Потому что, когда люди что-то делают, а потом перенимают чье-то, т.е. именно копируют, получается они свой собственный опыт обесценивают.

Не обесценивайте то, что у вас было до этого, вплетайте это в свои услуги.

Когда вы начнёте копать вглубь себя, вы приобретёте опору, станете более уверенными в себе, потому что вы, наконец, перестанете жить в гонке и тревоге, что вы не успеваете за кем-то.

А когда вы копируете, вы априори не можете успеть за человеком, потому что он впереди вас. Он создаёт, а вы перенимаете. И вы можете расслабиться и выдохнуть только в том случае, когда создавать будете вы сами.

Если вы бежите за кем-то, у вас постоянное ощущение, что вы не успеваете, а как только вы выдохните, остановитесь, подумаете « а про что я, про что мои компетенции, в чём моя сила, что я могу дать классного, уникального, что не могут дать другие».

Вот тогда придёт та самая уверенность, расслабленность, когда ты понимаешь, что ты на своём месте, что к тебе приходят конкретно за твоей особенностью. И что это особенность может стоить очень и очень дорого.

Помните, что ваша суперсила – она внутри вас!

# КАК СТАТЬ ТОПОМ В СВОЕЙ НИШЕ

В этом блоке мы поговорим о том, как же отстроиться от конкурентов и зачем это делать.

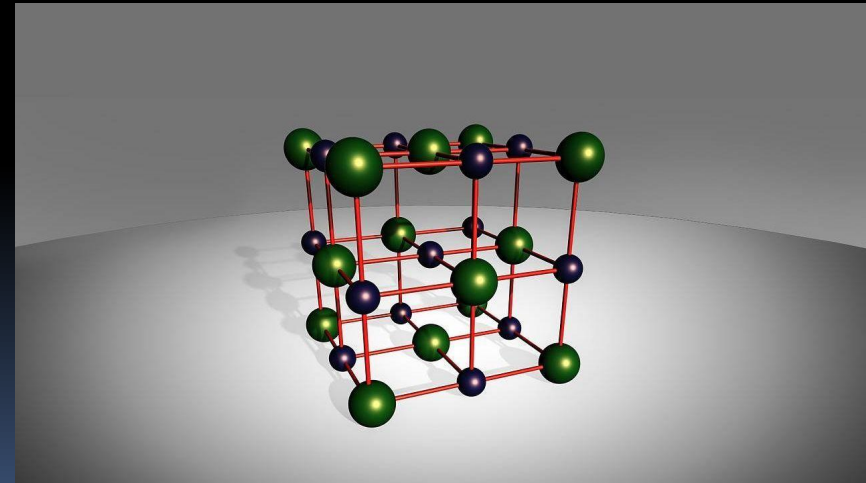
Почему кто-то становится топом, а кто-то нет.



Используем теорию кристаллической решётки.

Кристаллическая решётка – это куб, состоящий из граней. Это чётко сцепленный и максимально жёсткий элемент.

В целом, если мы возьмём индустрию Инстаграм (к примеру), то она будет как объёмная кристаллическая решётка. Причём эти решётки будут соединяться друг с другом.

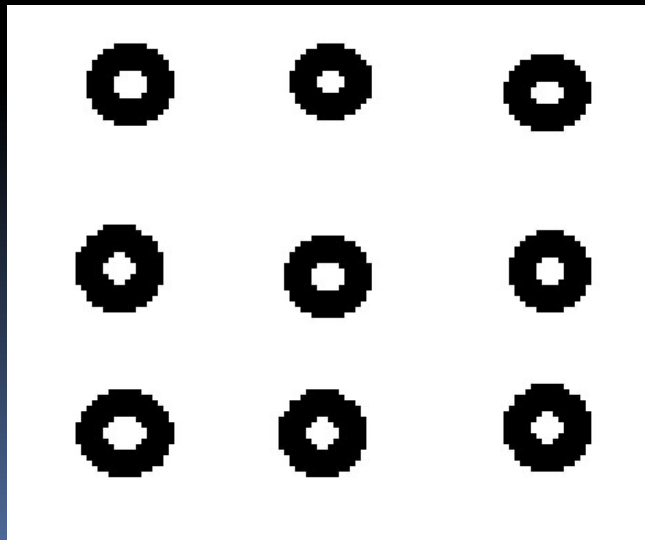


## КАК СЕЙЧАС ОБСТОЯТ ДЕЛА НА РЫНКЕ

Рисунок – пустые точки. И между точками нет связи.

Потому что сейчас на рынке каждый борется за себя. И нет сцепок, чтобы кристаллическая решётка (КР) существовала и была максимально прочной.

Что, собственно, происходит? Почему на рынке такая сильная конкуренция, и почему сейчас люди говорят, что рынок занят?

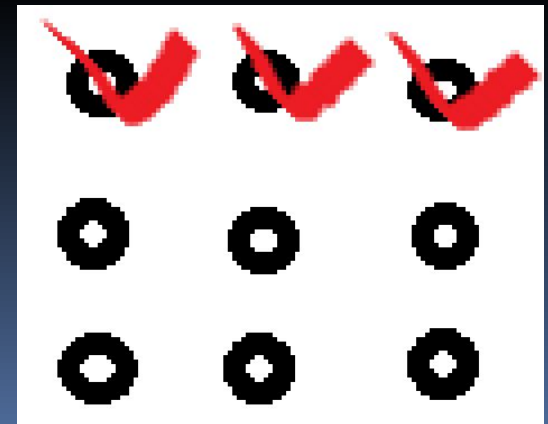


Есть специалист (стилист).

Другие же, вместо того, чтобы занять какую-то свою нишу, опереться на какую-то свою уникальность и сделать что-то крутое, что требуется рынку, а рынку требуется очень много моментов, люди копируют.

И есть в нише условных три топа. И у них есть конкуренты. Эти люди сами выбирают путь конкуренции. Вместо того, чтобы занять места рядом с этим человеком и отстроившись от него за счет своих уникальных особенностей и своего понимания рынка, люди просто становятся его тенью.

И отсюда возникает ложное ощущение, что рынок якобы занят.



Возьмём двух человек – у них разный посыл, разный лейтмотив продуктов, разные триггеры, разные желания, и люди к ним приходят совершенно разные.

Но для того, чтобы отстроиться друг от друга, нужно, в первую очередь, понимать основу, на которой ты работаешь и ту основу, которая тебе максимально близка.

Когда эти истории у людей разные, и когда они действительно из себя это достают, а не копируют у кого-то, то аудитория разводится. То есть у нас получается автономная единица – отдельный эксперт.

Фишка в том, что стать автономной единицей вы можете только тогда, когда идёте по своему пути, то есть когда вы не копируете чьё-то поведение, не копируете чьи-то продукты.



Когда вы нишуетесь в максимально узкую экспертность и занимаете в кристаллической решётке своё место, сложно быть равным вам, сложно составить вам конкуренцию, потому что вы бьёте по одному очень узкому навыку.

Когда вы не понимаете, какое место в КР вы будете занимать, вы никогда не сможете сделать нечто уникальное на рынке. Вы никогда не сможете отстроиться и быть действительно очень крутым и востребованным специалистом.

Подумайте об этом в контексте того, как вы можете в этой кристаллической решётке занять свою позицию.

Чем вы отличны от рынка, какая у вас есть уникальная способность, какие у вас есть таланты, возможно, какая-то гениальность видеть что-то.

Каковы ваши уникальные знания, ваши интеллектуальные способности, которые рынку сложно повторить.