

**ΣΗΜΑΣΙΑ ΔΕΝ ΕΧΕΙ
ΠΟΣΟ ΚΑΛΟΣ ΕΙΣΑΙ
ΑΛΛΑ ΠΟΣΟ ΚΑΛΟΣ
ΘΕΛΕΙΣ ΝΑ ΓΙΝΕΙΣ**

Το παγκόσμιο μπεστ σέλερ
του **ΠΟΛ ΑΡΝΤΕΝ**



ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟΥ: IT'S NOT HOW GOOD YOU ARE,
IT'S HOW GOOD YOU WANT TO BE

Από τις Εκδόσεις Phaidon, Λονδίνο 2003

ΤΙΤΛΟΣ ΒΙΒΛΙΟΥ: **Σημασία δεν έχει πόσο καλός είσαι
αλλά πόσο καλός θέλεις να γίνεις**

ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ: Paul Arden

ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ: Έφη Τσιρώνη

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ – ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ: Άννα Μαράντη

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΟΠΟΙΗΣΗ: Μερσίνα Λαδοπούλου

Την έκδοση σχεδίασε ο Roger Kennedy.

© Phaidon Press Limited, 2003

All rights reserved.

This Edition published by Psychogios Publications under licence from Phaidon Press Limited, Regent's Wharf, All Saints Street, London, N1 9PA, UK, © 2003 Phaidon Press Limited.

© ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ Α.Ε., Αθήνα 2014

Πρώτη έκδοση: Απρίλιος 2014

Τυπώθηκε στην Κίνα.

ISBN: 978-618-01-0571-1

© Εικόνων

Τη εξαίρεση της περί του αντιθέτου μνείας, όλες οι εικόνες ευγενικά παραχωρήθηκαν από τον Paul Arden. Οποιαδήποτε ακούσια παράλειψη θα αποκατασταθεί σε μεταγενέστερες εκδόσεις. Πρωτότυπο έργο της Lesley Arden/εγγ. παρ. Paul Arden: 124-125· Φωτο © Richard Avedon: 114· εγγ. παρ. Graham Cornthwaite: 31· εγγ. παρ. Doyle Dane Bernbach, New York: 37· εγγ. παρ. Nancy Foutts: 118· The Kobal Collection/Paramount: 87· The Kobal Collection/RKO: 47· εγγ. παρ. Mac McAloon: 15, 43· εγγ. παρ. Melvyn Redford: 29, 44· εγγ. παρ. Schwegges/Photograph Alison Jackson/Camilla Shadbolt ως Victoria Beckham: 19· εγγ. παρ. Alex Thompson: 16· εγγ. παρ. Jade Trott: 108· εγγ. παρ. Fraser Withers: 20-21.

Σελίδα 104: Αξία μηδαμινή. Είναι σαχλαμάρα, ωστόσο κάτι παρόμοιο πωλήθηκε πρόσφατα από τον Οίκο Σόθμπις πάνω από 250.000 λίρες.

Το παρόν έργο πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύεται κατά τις διατάξεις του Ελληνικού Νόμου (Ν. 2121/1993 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα) και τις διεθνείς συμβάσεις πνευματικής ιδιοκτησίας. Απαγορεύεται απολύτως η άνευ γραπτής αδειάς του εκδότη κατά οποιονδήποτε τρόπο ή μέσο αντιγραφή, φωτοανατύπωση και εν γένει αναπαραγωγή, διανομή, εκμίσθωση ή δανεισμός, μετάφραση, διασκευή, αναμετάδοση, παρουσίαση στο κοινό σε οποιαδήποτε μορφή (ηλεκτρονική, μηχανική ή άλλη) και η εν γένει εκμετάλλευσή του συνόλου ή μέρους του έργου.

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ Α.Ε.
Έδρα: Τατοΐου 121
144 52 Μεταμόρφωση
Βιβλιοπωλείο: Μαυρομιχάλη 1
106 79 Αθήνα
Τηλ.: 2102804800
Telefax: 2102819550
www.psichogios.gr
e-mail: info@psichogios.gr

PSICHOGIOS PUBLICATIONS S.A.
Head office: 121, Tatoiou Str.
144 52 Metamorfossi, Greece
Bookstore: 1, Mavromichali Str.
106 79 Athens, Greece
Tel.: 2102804800
Telefax: 2102819550
www.psichogios.gr
e-mail: info@psichogios.gr

**Σχεδόν κανείς από τους
πλούσιους και ισχυρούς
τούτου του κόσμου
δεν είναι ιδιαίτερα
χαρισματικός,
μορφωμένος,
γοητευτικός ή όμορφος.**



Για την Τόνι

**Γίνονται πλούσιοι
και ισχυροί επειδή
θέλουν να γίνουν
πλούσιοι και ισχυροί.**

**Το όραμά σου για το
πού θέλεις να φτάσεις
ή ποιος θέλεις να γίνεις
είναι το μεγαλύτερο
προσόν σου.**

**Χωρίς στόχο είναι
δύσκολο να σκοράρεις.**

ΓΙΑΤΙ ΠΑΣΧΙΖΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΛΕΙΟΤΗΤΑ ΟΤΑΝ ΤΟ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ ΕΙΝΑΙ Η ΜΕΤΡΙΟΤΗΤΑ;

ΣΤΟΝ εμπορικό κόσμο, η ζήτηση για τελειότητα είναι μικρή. Υπάρχει μεγαλύτερη, πολύ μεγαλύτερη για μετριότητα.

Για να είμαι ειλικρινής, χαίρομαι που είναι έτσι.

Φανταστείτε έναν κόσμο όπου όλοι οι πελάτες είναι υπέροχοι, όπου θα μπορούσαμε να δημιουργούμε ό,τι μας αρέσει χωρίς περιορισμούς, με τους πάντες να έχουν το ελεύθερο να πραγματοποιούν τις πιο τρελές φαντασιώσεις τους, ανενόχλητοι από κουραστικούς πελάτες.

Τι θα κάναμε;

Θα αντιδρούσαμε αρνητικά, λέγοντας: «Πόσο βαρετό είναι! Πώς είναι δυνατό να γίνουμε τόσο ανιαροί; Ας το κάνουμε άσχημο, κακό, και πραγματικά φτηνιάρικο».

Αυτή είναι η φύση του δημιουργικού αν-

θρώπου. Οι δημιουργικοί άνθρωποι χρειάζονται κάτι ενάντια στο οποίο να μπορούν να επαναστατήσουν· αυτό είναι που κάνει τη ζωή τους συναρπαστική, και είναι οι δημιουργικοί άνθρωποι αυτοί που κάνουν τη ζωή των πελατών τους συναρπαστική.



Το κάνω για μένα.

ΛΟΙΠΟΝ; ΠΟΣΟ ΚΑΛΟΙ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΕΙΣΤΕ;



Αρκετά καλός



Καλός



Πολύ καλός



Ο καλύτερος στον τομέα σας



Ο καλύτερος στον κόσμο

ΟΛΟΙ θέλουμε να είμαστε καλοί στη δουλειά μας, αλλά πόσο καλοί θέλουμε πραγματι να είμαστε;

Αρκετά καλοί.

Καλοί.

Οι καλύτεροι στον τομέα μας.

Ή μήπως οι καλύτεροι στον κόσμο;

Το ταλέντο βοηθάει, αλλά όχι τόσο όσο η φιλοδοξία.

Όλοι θέλουν να είναι καλοί, λίγοι όμως είναι έτοιμοι και πρόθυμοι να κάνουν τις θυσίες που απαιτούνται για να γίνουν σπουδαίοι.

Για πολλούς, είναι πιο σημαντικό να είναι καλοί ώστε να γίνονται αρεστοί στους άλλους. Αυτό έχει την αξία του, αλλά το να είναι κανείς καλός δε σημαίνει απαραίτητα ότι είναι και αρεστός.

Οι περισσότεροι άνθρωποι αναζητούν μια λύση, έναν τρόπο για να γίνουν καλοί.

Δεν υπάρχει αυτόματη λύση· ο μόνος τρόπος για να μάθει κανείς είναι η εμπειρία και τα ίδια του τα λάθη.

Γίνεσαι αυτός που θέλεις να γίνεις.



Θα μπορούσατε να είστε εδώ.



Πού βλέπετε τον εαυτό σας;

ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΚΑΤΟΡΘΩΣΕΤΕ ΤΟ ΑΚΑΤΟΡΘΩΤΟ.

ΠΡΩΤΑ απ' όλα, πρέπει να στοχεύετε πέρα από τις δυνατότητές σας.

Πρέπει να μάθετε να αδιαφορείτε παντελώς για τα όρια των δυνατοτήτων σας.

Προσπαθήστε να κάνετε αυτά που θεωρείτε ότι αδυνατείτε να κάνετε.

Αν πιστεύετε ότι είστε ανίκανοι να δουλέψετε για την καλύτερη εταιρεία στον χώρο σας, αυτή η εταιρεία πρέπει να γίνει ο στόχος σας.

Αν πιστεύετε ότι είστε ανίκανοι να διευθύνετε μια εταιρεία, το να τη διευθύνετε πρέπει να γίνει ο στόχος σας.

Αν πιστεύετε ότι είστε ανίκανοι να γίνετε εξώφυλλο στο περιοδικό *Time*, το εξώφυλλο στο *Time* πρέπει να γίνει ο στόχος σας.

Πραγματοποιήστε το όραμά σας. Φτάστε εκεί όπου ονειρεύεστε να φτάσετε.

Τα πάντα είναι δυνατά.

«ΘΕΛΩ ΝΑ ΓΙΝΩ ΤΟΣΟ ΔΙΑΣΗΜΗ ΟΣΟ ΚΑΙ ΤΟ PERSIL AUTOMATIC*».

Βικτόρια Μπέκαμ

ΩΣ ΕΦΗΒΗ, η Βικτόρια Μπέκαμ δε φιλοδοξούσε απλώς να γίνει καλύτερη από τις συμμαθήτριές της, ούτε καν μια διάσημη τραγουδίστρια, αλλά να μετατρέψει το όνομά της σε διεθνούς φήμης μάρκα.

Όχι μόνο το ονειρευόταν, αλλά το ήθελε αρκετά για να προσπαθήσει να το καταφέρει. Αυτό από μόνο του τη διαφοροποιεί από τους περισσότερους από εμάς.

Το σημαντικό δεν είναι το πόσο καλή ήταν, αλλά το πόσο καλή ήθελε να γίνει.

Το ενδιαφέρον στη δήλωση της Μπέκαμ είναι ότι δεν παρομοίασε τον εαυτό της με τον Τζορτζ Μάικλ ή τη Μαράια Κάρεϊ, αλλά ότι έθεσε ως κριτήριο επιτυχίας το γνωστό απορρυπαντικό.

Γελάστε όσο θέλετε, αλλά είναι αυτή η μοναδική, εντελώς αυθεντική φαντασία της που την έφερε εδώ όπου βρίσκεται σήμερα.

*Ένα από τα πιο διάσημα απορρυπαντικά στον κόσμο.



Ξέρετε ποια είναι.

Λένε ότι ο εχθρός του καλού είναι το καλύτερο... Πόσο μάλλον σε μια εποχή σκληρού ανταγωνισμού όπως η σημερινή. Το βιβλίο αυτό θα σας δώσει τα εφόδια για να αξιοποιήσετε στο έπακρο τις δυνατότητές σας – να ξεπεράσετε τις αμφιβολίες και τις αναστολές σας, ώστε να κάνετε το απίθανο πιθανό.

Έχοντας διατελέσει κορυφαίο στέλεχος σε έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς κλάδους παγκοσμίως, ο Πολ Άρντεν μοιράζεται ανατρεπτικές σκέψεις – «καμιά φορά είναι προτιμότερο να έχεις άδικο παρά δίκιο» – και δίνει πρωτότυπες και λογικές απαντήσεις σε καθημερινές ερωτήσεις, οι οποίες μπορεί να φαίνονται προφανείς, ωστόσο όλες φαντάζουν προφανείς όταν γνωρίζεις την απάντηση...

Είτε πρόκειται για ελεύθερους επαγγελματίες είτε για χαμηλόβαθμα ή υψηλόβαθμα στελέχη, το βιβλίο αυτό είναι πολύτιμο για όποιον στοχεύει στην επιτυχία.



ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ Α.Ε.

ΤΑΤΟΪΟΥ 121, 144 52 ΜΕΤΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΤΗΛ.: 210 28 04 800 • FAX: 210 28 19 550

www.psichogios.gr • e-mail: info@psichogios.gr



ΚΩΔ. ΜΗΧ/ΣΗΣ: 14800

Ε Σ Ε Ι Σ Κ Ι Ε Μ Ε Ι Σ Π Α Ν Τ Α Σ ' Ε Π Α Φ Η