Светлана Муха

Семь принципов женщины-бренд

Второе издание

Честные истории от ведущего метчмейкера страны

2021

УДК 159.922.1(02.062)
М92

Светлана Муха

М92 Семь принципов женщины-бренда. Честные истории от ведущего метчмейкера страны / Светлана Муха
— К.: ЛОТОС, 2021. — 176 с

ISBN 978-617-7453-76-4

Вы когда-нибудь задумывались над тем, почему одних женщин мужчины выбирают, а других нет, почему одни утопают в цветах и подарках, а другим все время встречаются финансово несостоятельные или откровенно жадные представители сильного пола? Почему кто-то выгуливает бриллианты в ресторане, а кто-то всю жизнь жарит котлеты у себя на кухне? Почему перед одной девушкой стоит дилемма – Мальдивы или Бали, а другая проводит отпуск, сажая картошку на даче? Хотите узнать, какие есть стратегии повышения спроса на себя, любимую? Вам интересно, какие бывают экономические тараканы, что это за каста «Сумочка Chanel и ИБД», кого подстерегает вирус куриной слепоты и как применить опыт Шахерезады? Тогда эта книга для вас.

Здесь в живой, увлекательной форме рассказывается о том, как преодолеть многолетнюю инерцию и перейти в категорию «подарочных» женщин, женщин с блеском в глазах. В этой книге собраны истории из жизни, на которых можно учиться, ведь ее автор – профессиональный купидон, директор брачного агентства. Тут вы найдете практические рекомендации, как открыть путь к осуществлению своих давних желаний, как превратиться в суперженщину, женщину-бренд, женщину без виз.

УДК 159.922.1(02.062)

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторських прав.

ISBN 978-617-7453-76-4

©ТМ *ИД «ЛОТОС»*,2021

Оглавление

Об авторе 5

1. Спрос и предложение на женщин, или экономические тараканы 15

2. Про «Без Виз» у женщин 39

3. «Лютик Едкий» или «Куриная Слепота» 53

4. Про бизнес по-женски, или Как обернуть часики 3 раза 71

5. Подарки по-женски 83

6. Дорогие подарки от мужчин 97

7. Женщина-бренд 169

Об авторе

Последние 13 лет я работаю в очень интересной сфере – я профессиональный лицензированный купидон. Обычно в качестве примера я привожу фильм «Метод Хитча» с Виллом Смитом. Я действительно учу людей знакомиться и строить отношения. Все это время я работаю с мужчинами, поэтому неплохо знаю, чего они хотят.

Все наши регалии в красках описаны на сайте *www.diolli.com/ru/about-us-ru/*

Я ими горжусь, они достались мне пóтом и кровью. Но своей «суперсилой» я считаю наработанный опыт. В 18 лет я начала работать переводчицей в типичном брачном агентстве. За 3 года я как переводчик посетила несколько тысяч свиданий самых разных пар. После нескольких месяцев

работы в том самом первом брачном агентстве я за первые 15 минут свидания могла определить, сложатся ли у этой пары отношения. Спустя первые полгода я точно видела «точку невозврата» или тот момент, когда один из потенциальных партнеров, а иногда и оба, своими действиями «поворачивали» свидание в никуда. А после года работы я могла искусно вырулить практически любое провальное свидание, направить его в здоровое русло.

Когда я открыла свое брачное агентство, мне был всего 21 год. С тех пор прошло 10 лет. Сегодня в нашем послужном списке 92 брака, 5 гражданских браков, 7 помолвок, еще порядка 15 наших пар сейчас находятся в серьезных отношениях.

Работа с такими тонкими материями, как эмоции и чувства, научила меня быть внимательной к деталям, выявлять скрытые потребности людей. Об этом очень точно писала Айн Ранд: «Покажите мне, что мужчина считает сексуально привлекательным, и я скажу вам, как он себя оценивает». Эта цитата украшает мой сайт для мужчин. По тем женщинам и мужчинам, которых мы выбираем или хотим выбирать, можно диагностировать наличие тех или иных тараканов у нас в голове.

Быть женщиной в мужском мире сложно, но умение видеть скрытые потребности, желания и страхи мужчин превращает нас в суперженщин. Однако для этого нужно не только «убить в себе курицу», но и научиться правильно вести

себя с мужчинами, и я говорю не только о муже или бойфренде. За последние 13 лет у меня накопилось огромное количество примеров, на которых можно и нужно учиться. Я не люблю книги в формате «10 способов выйти замуж». Зачем ограничивать себя десятью способами, которые могут так и не вписаться в ваши реалии и цели? Мне кажется, намного интереснее читать живые истории и примерять их на себя, для того чтобы понять, что вам подходит, а что нет. Это как некий шопинг под руководством профессионального стилиста.

Современный мир предъявляет множество разнообразных требований к женщине. Мы попадаем во власть стереотипов, диктуемых обществом мужчин и женщин, и в какой-то момент уже не понимаем, кого же мы больше стараемся ублажить – других женщин или мужчин. Общество становится неким бесполым указателем поворотов, который все больше напоминает флюгер, беспощадно меняющий положение в зависимости от изменения направления или скорости ветра.

Если женщина много внимания уделяет работе, она тут же превращается в законченную карьеристку. В глазах многих мужчин она теперь и не женщина, а «баба с яйцами», а по мнению соплеменниц, она не исполнила своего

предназначения быть слабым полом. Если же вдруг женщина решает быть домохозяйкой, печь пироги с капустой и гладить рубашки любимому мужу и трем сыновьям, то многие мужчины считают ее самой банальной кухонной работницей, способной только принимать решения из серии «борщ или суп приготовить на ужин». А у представительниц другого женского племени она окажется олицетворением того, чем те будут пугать своих детей: «не хочешь много работать – не выстроишь карьеру, станешь, как Наташа, всю жизнь жарить котлеты и заглядывать мужу в рот, не имея своего мнения».

Если женщина не завела детей до тридцати, то она «идет против природы» в угоду своим непонятным амбициям и желаниям. Родила троих до тридцати – она глупая курица, способная только рожать детей. Увидев женщину на дорогой машине, многополое общество спешит наклеить ярлык «заработала своими губами». Если же женщина на такой же машине не соответствует текущим канонам красоты – значит, это «баба с яйцами», которая отобрала возможность заработать на эту машину у мужчины, так как не сумела того самого мужчину очаровать своими знаниями и умениями в постели, чтобы эту машину получить в подарок.

Общество заставляет нас, женщин, метаться между категориями «умная» и «красивая». Она получает третье образование – считает себя слишком умной. Она посещает спортзал четыре раза в неделю – точно хочет пробиваться

к успеху подкачанной попой. Она сделала пластику груди – вот этой грудью будет собирать все плюшки и бонусы. Она выстроила бизнес – да это она просто не встретила хорошего мужика. Ушла в декрет – лентяйка, увиливающая от работы. Работает до девятого месяца и из офиса едет в роддом – плохая мать, которая думает только о себе и своей карьере.

Так какой же должна быть настоящая женщина? Бывали ли у вас случаи, когда в шумном кафе, в толпе на улице или в самолете вы видели ее? Вы не знаете, какое у нее образование, работает ли она, пишет стихи или играет вальсы, замужем ли, в разводе, есть ли у нее дети и даже сколько ей лет. Вы видите ее и понимаете, что вот она, Настоящая Женщина – Женщина-Бренд. Такие женщины вызывают неоднозначные эмоции: кто-то испытывает резкий приступ зависти, кто-то восторг или недоумение, кто-то неконтролируемую и неожиданную ярость, но никто не остается равнодушным. Такой женщине не нужно ничего говорить, не нужно надевать яркое платье – в любом случае она будет замечена. Она, как элитное вино или дорогие швейцарские часы, обладает особой спокойной энергетикой достатка и статуса. В простом домашнем халате или в пропитанном потом спортивном костюме, такая женщина источает феромоны достоинства и некой дорогой богемной интеллигентности.

Большинство других женщин в ее компании тут же станут метаться между желанием быть как она или заклевать

и уничтожить. Мужчины же робеют, теряются или начинают бороться за ее внимание, часто забывая, что рядом с ними уже есть другая женщина. Это похоже на реакцию автомобилистов в пробке на роскошный «мерседес» последней модели. Водитель «газели», вероятно, очень любит свой автомобиль, но хотя бы на несколько минут он отчетливо видит себя счастливым обладателем новенького «мерседеса». Ему кажется, что кожаные сиденья «мерседеса» невероятно комфортные. Пожилой таксист представляет звук мотора этой дорогой иномарки, а водитель Daewoo – немецкое качество подвески. Студент – пассажир «газели» воображает себе скорость разгона «мерседеса», а обладательница Hyundai Accent с кислым выражением лица сравнивает дизайн своего десятилетнего авто с этой роскошной модницей. Среди заложников пробки будут и те, кто все свое внимание устремит на поиск царапин или других изъянов на новенькой иномарке, ведь так просто не бывает, чтобы машина была настолько яркой и красивой. Но вот светофор мигнет желтым глазом, и «мерседес» последней модели беззвучно скроется в вечернем потоке автомобилей, оставив в памяти свидетелей приятную фантазию о кожаных сиденьях, скорости разгона или чувство раздраженности от необнаруженных царапин.

Какой же он, бренд настоящей женщины? Для кого-то он блестящий, безупречный, будоражащий, а кто-то почерпнет вдохновение в надписях на стенках своего

подъезда. Кто-то увидит ее успешной бизнес-леди, обладательницей прагматичного холодного ума и длинных стройных ног. Для кого-то она будет холеной супругой известного мужчины, матерью троих очаровательных малышей, в свободное время публикующей советы молодым мамам в собственном инстаграм-блоге. Есть и те, кто представляет ее телеведущей, моделью, актрисой, фотографом – человеком творческим, женщиной-музой. И все эти женщины будут Брендами с большой буквы в своем сегменте, обладающими одним общим качеством – успехом на своем рынке, среди своей целевой аудитории. Они будут иметь своих преданных поклонников, недоброжелателей и ненавистников среди представителей обоих полов, но эти женщины сумели сделать что-то очень важное – построить и удержать Бренд Настоящей Женщины.

Глава 1

Спрос и предложение на женщин, или экономические тараканы

Начать хочется с экономического закона спроса и предложения. Давайте вспомним школу и систему координат. Это будет несложно: начиная примерно класса с седьмого, мы все с вами под линейку чертили ось X и Y. Мысленно чертим ось X – она горизонтальная и отображает количество условного товара или услуги на рынке. В нашем случае количество свободных или не очень свободных женщин разного возраста и комплекции, блондинок и брюнеток, жаждущих заполучить внимание того или иного мужчины или мужчин. И ось Y – она вертикальная, это наша с вами цена.

Как часто ко мне в агентство приходят женщины и с порога гордо заявляют: «Я знаю себе цену!» Казалось бы, у девушки нет проблем с самооценкой и она точно знает, чего хочет. Но не все так просто!

Бывают разные вариации собственного ценообразования у женщин: начиная с места, где, по словам девушки, она себя нашла или не нашла (например, небезызвестное «Я не на помойке себя нашла»), и заканчивая «Мама говорила, что я...», «Да посмотрите на меня!» и математически выверенного «Да вы знаете, сколько я вложила в себя / в это тело!». Узнаете кого-то из своих знакомых? У меня для вас две новости: во-первых, это явные симптомы наличия экономических тараканов в голове, во-вторых, это лечится, но, увы, не медикаментозно.

Давайте подробнее рассмотрим наших экономических тараканов и их пагубное влияние на нашу «внутреннюю математику». Я бы разделила этих усатых созданий на два типа.

Первый тип экономических тараканов – это Паразит Экономический Бесполезный. Очень часто он подсаживается в прекрасные головки своей переносчицы родственницами женского пола, в основном мамой или бабушкой. С раннего возраста мама усиленно вбивает в сознание любимой дочери, что она – принцесса, красавица, самая умная, лучше всех танцует и поет, а все мальчики в нее влюблены. Тот факт, что та самая принцесса плотно покрыта

подростковыми прыщами, является обладательницей неправильного прикуса, косых глаз и лишних пятнадцати килограмм, маму обычно не смущает. Ну и что, что у девочки нет слуха, зато как она старается петь! Ну и что, что дочка учится на тройки, это все учителя ее недооценивают. Мальчики не зовут на свидания? Да это они просто боятся подойти к такой принцессе!

Некоторые мамы идут еще дальше и отправляют своих любимых 90-килограммовых 15-летних дочерей на коммерческие конкурсы красоты или чемпионаты по танцам или модельному искусству, где всем участницам вручаются заветные ленточки и короны, заранее оплаченные родителями, и каждая девочка получает титул «Мисс Обаяние», «Мисс Грация» и так далее, в зависимости от уровня фантазии организаторов.

Как-то к нам обратилась знакомая знакомой моей мамы, которая на протяжении последних тридцати с небольшим лет активно взращивала Паразита Экономического Бесполезного в голове своей дочери. Та самая мама была крайне удивлена, что ее дочь в свои 33 года все еще не вышла замуж за принца. А ведь она умница, красавица, художница – это раз, добрая, милая, умная, воспитанная девочка – это два, снова красавица и умница – это три, и так далее. А самое главное – мама уверяла, что ее девочка такая скромница и запросы и пожелания к жениху у нее ну просто минимальны.

Итак, ее дочь пришла к нам на интервью в офис. В мужчинах ее интересовал богатый внутренний мир, рост от 190 см, пресс в шесть кубиков, внешность как у Роналду, собственный Range Rover и квартира в центре Киева, ну и чтобы он был ровесник или максимум старше на два года, так как наша героиня любит секс и не готова встречаться с мужчиной с плохой «старческой» 35-летней потенцией. Жадных, нарциссичных, неухоженных мужланов девушка просила ей не предлагать, так как она «не на помойке себя нашла». После интервью она прислала нам еще несколько пожеланий к потенциальному кандидату: чтобы был без татуировок, без сумасшедших бывших подружек, чтобы одевался в дорогие брендовые вещи, но с радостью тратил бы деньги на свою прекрасную принцессу, чтобы было не стыдно показаться подругам и коллегам. Взамен девушка была готова предложить себя – учительницу рисования в 5-7 классах общеобразовательной школы, проживающую с мамой и кошкой в двухкомнатной квартире, увлекающуюся походами с подружками в кафе и суши-бары.

Второй тип экономических тараканов – Паразит Экономический Губо-Грудообразующий.

В отличие от своего собрата Паразита Экономического Бесполезного данный тип Паразит Экономический Губо-Грудообразующий может принести своей переносчице

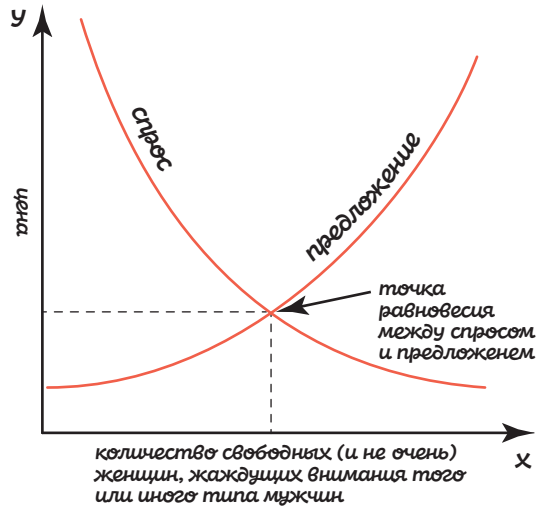
краткосрочную пользу. Такой паразит вызывает сильное желание совершать усовершенствования, так называемые upgrades: наращивать, приклеивать, откачивать или накачивать, увеличивать или уменьшать. У переносчицы этого таракана складывается определенное «модернизированное» восприятие мира, которое можно описать следующим образом: «чем больше я вложу в себя, тем дороже я смогу себя продать». В 80% случаев речь идет о внешних модификациях. Таких девушек легко вычислить в толпе: огромные непропорциональные губы, наращенные волосы, приклеенные ресницы и ногти, внушительная грудь, искусственные скулы и прочие новинки пластмассово-силиконовой промышленности.

Чаще всего если зараженной Паразитом Экономическим Губо-Грудообразующим девушке уже просто физически нечего наращивать, приклеивать, пристраивать и модернизировать, она начинает прокачивать себя многочисленными тренингами по саморазвитию, открытию «внутренней богини», поиску бизнес-таланта и прочего. В отдельных случаях данный таракан сначала подталкивает свою переносчицу улучшать себя в различных творческих сферах – на курсах бисероплетения, стрипластике, уроках фортепиано для тех, кому за сорок, или в сферах саморазвития – все на тех же курсах повышения личной эффективности, открытия в себе новых талантов, психологических тренингах и т.д. Причем переносчицы этого паразита зачастую

так сильно углубляются в модификацию своего внутреннего мира, выстраивание идеального личностного равновесия, открытие третьего глаза и тому подобное, что так и не приступают к внешним модификациям.

Что примечательно, и первый, и второй тип зараженных таким тараканом девушек обычно претендует на один и тот же тип мужчин. Но если девушки с внушительными внешними модификациями могут рассчитывать на краткосрочные победы на этом фронте, то леди, застрявшие на «внутренних работах», в 99% случаев не имеют шанса даже вступить в борьбу. В результате они еще больше уходят в наращивание и приклеивание новых изощренностей внутри себя.

Наращивать, накачивать, открывать третий глаз или обучаться оральным ласкам, а может быть, получить четвертое высшее образование или отправиться в Гималаи – тут каждая девушка сама принимает решение. Но важно помнить, что все эти вложения и жертвы могут так и не привести к желаемым результатам. Нужные мужчины так и не клюют или же только дергают поплавок, пуская круги по воде.

Закон спроса и предложения и жизненные стратегии

Вернемся к нашему закону спроса и предложения. Мы уже нарисовали оси координат, горизонтальную X, отображающую количество женщин, жаждущих заполучить тот или иной тип мужчин, и вертикальную Y, отображающую нашу цену. Мы также выяснили, что на наше внутреннее ценообразование могут самым непосредственным образом влиять экономические тараканы: Таракан Экономический Бесполезный и Таракан Экономический Губо-Грудообразующий.