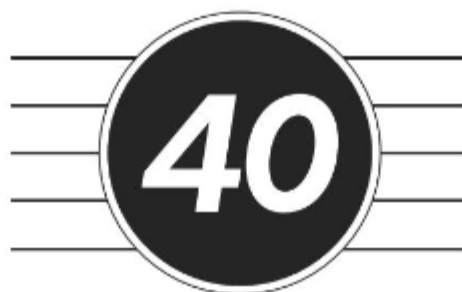


DEREK SIVERS

# Orice îți dorești



*de lecții*

— pentru —

UN ALT FEL

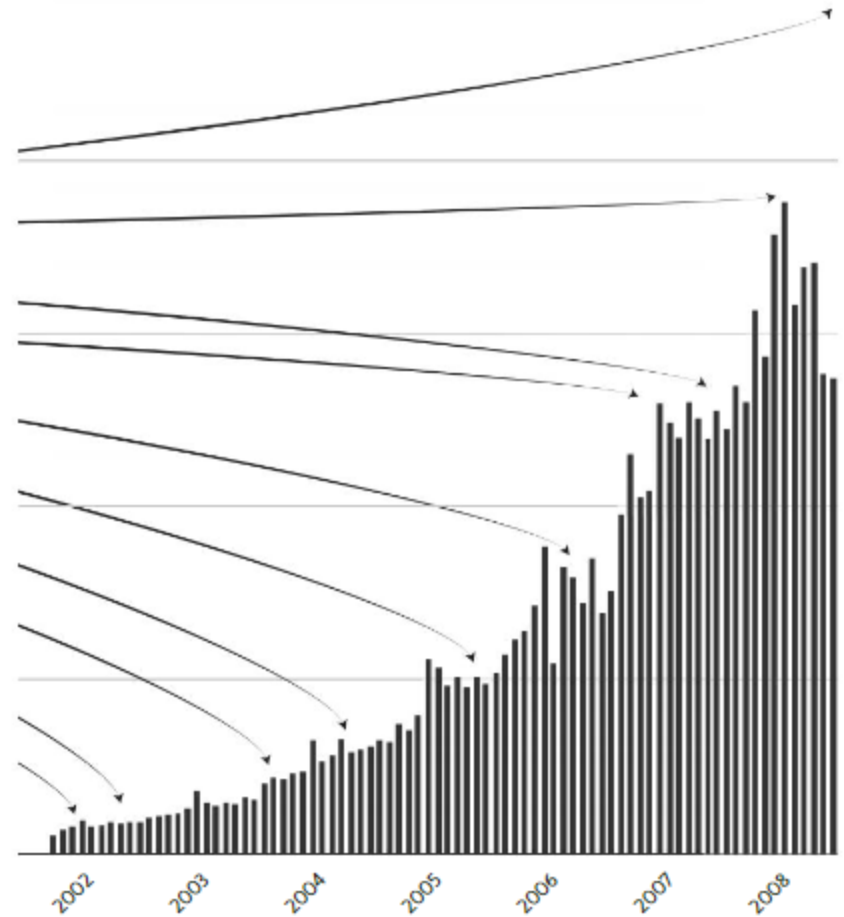
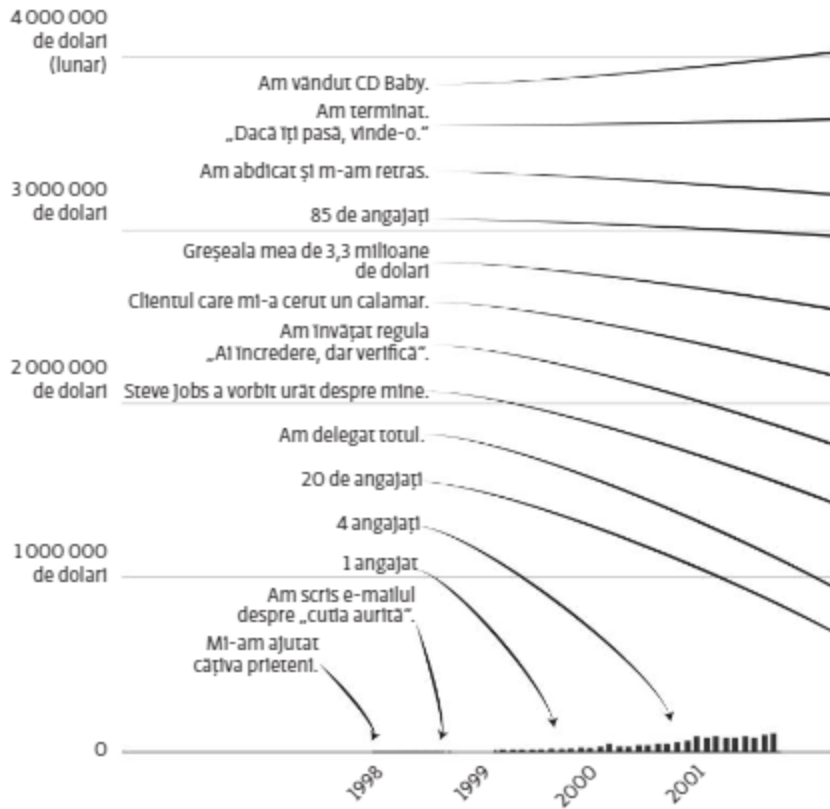
— de —

**ANTREPRENOR**

publica  
pocket

Traducere din engleză de  
Raluca Chifu

## Creșterea CD Baby, în vânzări lunare



## Zece ani de experiență într-o oră

Din 1998 și până în 2008, am trecut printr-o experiență extraordinară: am avut un hobby, l-am transformat într-o companie și, în final, am vândut afacerea pentru 22 de milioane de dolari. Prin urmare, acum oamenii vor să afle ce gândesc.

Sunt întrebat adesea despre această experiență, așa că povestesc cum a fost pentru mine. Multe dintre poveștile mele sunt despre toate greșelile pe care le-am făcut, unele dintre ele, imense.

Oamenii îmi cer sfatul în legătură cu diverse situații din viețile sau afacerile lor, așa că le explic modul în care tratez eu lucrurile. Dar abordarea mea este doar o variantă și aș putea găsi foarte ușor argumente împotriva ei.

Nu sugerez că și alții ar trebui să fie ca mine. Sunt un om destul de neobișnuit, așa că lucrurile care funcționează pentru mine pot să nu funcționeze pentru alții. Cu toate acestea, destule persoane au fost de părere că poveștile și filosofii acestei experiențe merită împărtășite, așa că iată-ne aici.

Într-o lectură de o oră, veți citi ce am învățat eu în zece ani.

Sper ca aceste idei să vă fie utile în propriile vieți sau afaceri. Mai sper și să nu fiți de acord cu unele dintre ele și să-mi scrieți pentru a-mi spune punctul vostru de vedere. Aceasta este partea care îmi place cel mai mult. (Sunt un ucenic, nu un guru.)

## Ce direcție indică busolele voastre?

Majoritatea oamenilor nu știu de ce fac ceea ce fac. Îi imită pe alții, se lasă duși de val și urmează căi bătute de alții, fără să-și creeze propriul drum. Petrec zeci de ani căutând un lucru pe care alții i-au convins că ar trebui să și-l dorească, fără să realizeze că, astfel, nu vor fi neapărat mai fericiți.

N-aș vrea ca într-o zi, după ce v-ați irosit singura șansă la viață, să fiți plini de regrete pentru că ați alergat după distracții mărunte în loc de visuri mărețe. Trebuie să vă cunoașteți foarte bine filosofia personală, să știți ce vă face fericiți și ce merită realizat.

În poveștile care urmează veți observa câteva teme comune. Acestea sunt filosofiele mele din cei zece ani pe care i-am dedicat înființării și dezvoltării unei firme mici.

- În afaceri, nu este vorba despre bani, ci despre împlinirea visurilor voastre și ale altora.
- Fondarea unei companii este o modalitate extraordinară de a face lumea mai frumoasă și de a deveni noi înșine niște oameni mai buni.
- Atunci când înființați o companie, creați o utopie. E locul în care vă proiectați lumea perfectă.

- Nu faceți niciodată ceva doar pentru bani.
- Nu faceți afaceri doar pentru a câștiga ceva. Răspundeți doar cererilor de ajutor.
- Succesul vine atunci când inventați și îmbunătățiți ceva în mod constant, nu atunci când promovați insistent ceva ce nu funcționează.
- Planul de afaceri este discutabil. Nu știți ce vor oamenii cu adevărat până când nu demarați proiectul.
- E un avantaj să începeți fără bani. Nu aveți nevoie de finanțe pentru a începe să-i ajutați pe oameni.
- Nu puteți mulțumi pe toată lumea, așa că excludeți fără regrete unele persoane.
- Bunul mers al afacerii nu trebuie să depindă doar de voi.
- Scopul oricărui lucru întreprins este să vă împlinească, așa că faceți doar lucruri care vă fac fericiți.

Care este ideea de bază a acestor enunțuri? Care este contextul lor? Cum le puteți aplica pe fiecare în parte?

Ei bine... Nu-mi place să vorbesc despre mine, dar pentru ca lecțiile acestea să aibă sens trebuie să vă spun povestea mea.

## Cum mi-am vândut CD-ul

Povestea mea începe în 1997, când aveam 27 de ani și eram muzician profesionist. Trăiam din muzică; aveam multe concerte în Statele Unite și Europa, compuneam muzică pentru alte persoane, cântam împreună cu acestea și conduceam un mic studio de înregistrări. Eram chiar și muzician și MC la un circ.

Contul meu bancar nu era niciodată foarte plin, dar nici gol. Am câștigat suficienți bani cât să-mi cumpăr o casă în Woodstock, New York, și trăiam visul oricărui artist.

Am înregistrat un CD cu muzica mea și l-am vândut în 1 500 de exemplare la concertele pe care le susțineam. Îmi doream să-l vând online, dar nu exista nici măcar o firmă care să vândă muzică independentă în acest mod. Am sunat la marile magazine de muzică online și toate mi-au spus același lucru: singurul mod în care îmi puteau vinde CD-ul era nu direct, ci prin intermediul unui distribuitor important.

Distribuția muzicii era însă o bătaie de cap imensă. Să obții un contract cu un distribuitor era ca și cum ai fi încercat să obții unul pentru înregistrarea unui disc. Distribuitorii erau cunoscuți pentru faptul că luau mii de CD-uri și te plăteau după un an, în cel mai bun caz. Asta dacă te mai plăteau vreodată. Companiile de discuri cu buget mare cumpărau spații promoționale scumpe, în timp ce noi, ceilalți, stăteam în lada de gunoi. Iar dacă

muzica ta nu se vindea bine în primele câteva luni, erai scos din sistem.

Nu spun că era exclusiv vina distribuitorilor. Sistemul era pur și simplu îngrozitor, iar eu n-am vrut să am de-a face cu el. Așadar, atunci când marile magazine online de discuri mi-au spus că nu-mi puteau vinde CD-ul direct, m-am gândit: „La naiba! Am să-mi fac propriul magazin online. Cât de greu poate fi?”

Foarte greu! PayPal nu exista în 1997, așa că a trebuit să fac rost de un cont special pentru comerț online, a cărui configurare costa 1 000 de dolari și dura trei luni, timp în care aveai de făcut o mulțime de hârtii. Banca a fost nevoită să trimită un inspector la sediul meu pentru a se asigura că aveam o companie autorizată. Apoi a trebuit să mă gândesc la cum să creez un coș de cumpărături. N-aveam deloc noțiuni de programare, dar am copiat câteva exemple dintr-o carte și am exersat mult.

În cele din urmă, am reușit să obțin pe site-ul meu un buton CUMPĂRAȚI ACUM. În 1997 asta era o mare realizare.

Când le-am spus prietenilor mei muzicieni despre butonul CUMPĂRAȚI ACUM, unul dintre ei m-a întrebat: „N-ai putea să vinzi și CD-ul meu?”

M-am gândit puțin și i-am răspuns: „Sigur. Nicio problemă”.

Am făcut-o ca pe o favoare. Mi-a luat câteva ore să-l adaug în sistem, deoarece am creat o pagină separată pentru acest CD pe site-ul web al trupei mele.

Ulterior, alți doi prieteni m-au întrebat dacă n-aș fi putut să le vând și lor CD-urile. Așa am început să fiu sunat de diverse persoane care spuneau: „Prietenul meu, Dave, a zis că ai putea să-mi vinzi CD-ul”. Apelurile și e-mailurile au continuat să sosească, iar eu le-am răspuns afirmativ tuturor.

Doi muzicieni importanți (Bryan Baker de la Gajoob și David Hooper. Mulțumesc, băieți!) au dat sfară-n țară prin intermediul contactelor din listele lor de e-mail și astfel s-au mai înscris încă 50 de artiști.

Hmm... Oare asta nu trebuia să fie decât o favoare pe care le-o făceam câtorva prieteni?

## Cum mi-am împlinit visul

Vânzarea CD-urilor prietenilor mei începea să-mi ocupe mult timp. Mi-am dat seama că, din greșeală, pornisem o afacere și eu nu îmi doream așa ceva. Trăiam deja o viață de vis ca muzician cu normă întreagă și nu aveam nevoie de nimic care să-mi distragă atenția de la asta.

Prin urmare, m-am gândit la o abordare nerealistă, utopică, pentru a împiedica afacerea să crească prea mult. În loc să încerc să o dezvolt, aveam să încerc să o reduc. Era opusul unui plan ambițios, așa că trebuia să gândesc într-un mod care nu era deloc ambițios.

Am redactat un contract de distribuție ideal, din perspectiva mea ca artist. Într-o lume perfectă, distribuitorul meu ar fi trebuit să procedeze astfel:

1. Să mă plătească în fiecare săptămână.
2. Să-mi pună la dispoziție numele complet și adresele tuturor celor care îmi cumpărau CD-ul (deoarece erau fanii mei, nu ai distribuitorului).
3. Să nu renunțe niciodată la mine pe motiv că nu vindeam destul. (Chiar dacă vindeam doar un CD la cinci ani, muzica mea trebuia să fie disponibilă oricând.)

4. Să nu îngăduie niciodată costuri suplimentare de promovare, deoarece n-ar fi fost corect față de cei care nu și le permiteau.

Gata! Îmi stabilisem misiunea și eram mulțumit. Era un hobby mulțumitor. I-am dat numele de CD Baby și am atașat CD-urile prietenilor mei.

Aceste patru puncte erau un fel de misiune. Le-am scris pe site, am vorbit despre ele la fiecare conferință și m-am asigurat că toată lumea cu care lucram le cunoștea.

Ideea principală e că nu încercam să creez o companie mare. Pur și simplu visam cum ar fi arătat planul meu într-o lume perfectă.

Atunci când creai o firmă, construiești un mic univers în care voi controlați toate legile. E utopia voastră.

Un vis împlinit pentru voi va fi un vis împlinit și pentru o altă persoană.

## Un model de afacere cu doar două cifre

La fel ca majoritatea oamenilor, n-aveam nicio idee despre ce sumă ar fi trebuit să cer pentru serviciul oferit, așa că m-am dus la magazinul de discuri din Woodstock, unde se comercializau CD-urile câtorva muzicieni locali.

Am întrebat-o pe femeia de la magazin: „Cum ar trebui să procedăm pentru a-mi vinde CD-ul aici?”

Ea mi-a răspuns: „Dumneavoastră stabiliți prețul pe care-l doriți, iar noi păstrăm 4 dolari din fiecare vânzare și vă plătim săptămânal”.

Prin urmare, m-am dus acasă și am scris pe noul meu site, [cdbaby.com](http://cdbaby.com): „Voi stabiliți prețul pe care-l doriți, iar noi păstrăm 4 dolari din fiecare vânzare și vă plătim săptămânal”. M-am gândit că, dacă funcționa în cazul lor, ar fi trebuit să fie îndeajuns și pentru mine.

Deoarece munceam aproximativ 45 de minute până reușeam să adaug un nou album pe site, am fost nevoit să cer încă 25 de dolari per album pentru timpul consumat (ca să vedeți cât credeam că valorează timpul meu la vremea aceea). Câteva zile mai târziu, mi-am dat seama că între 25 și 35 de dolari nu era o diferență prea mare, așa că am mărit tariful. Acest lucru mi-a permis să ofer discounturi și să obțin, în continuare, profit.

Și asta e tot! Șase ani (și zece milioane de dolari) mai târziu, aceleași două numere erau singura sursă de venit a