

Libris.RO

Respect pentru oameni și cărți

AFACERI

ÎN STIL

**ÎNCALCĂ TOATE
REGULILE DUPĂ
METODA BREWDOG**

PUNK

JAMES WATT

Traducere din engleză de
Dana Gheorghe



CUPRINS:

INGREDIENTE

PENTRU O REVOLUȚIE

A AFACERILOR

08. PROLOG:

SALUT, HAI SĂ SCHIMBĂM LUMEA

12. SECȚIUNEA A:

CUM SĂ ÎNCEPI O AFACERE – GHID PENTRU JUSTIȚIARI RĂTĂCITORI

NU PORNI O AFACERE, PORNEȘTE
O CRUCIADĂ

FII UN EGOIST NENOROCIT ȘI IGNORĂ
SFATURILE

FĂ PARTE DIN HAITĂ

CROIEȘTE-ȚI UN DRUM NOU

NU-ȚI PIERDE VREMEA CU PLANURI DE
AFACERI DE DOI BANI

CERȘEȘTE, ÎMPRUMUTĂ, SCHIMBĂ, FĂ
CONTRABANDĂ

DĂ UITĂRII VÂNZĂRILE (CEL PUȚIN
PENTRU O VREME)

FĂ-I PE OAMENI SĂ TE URASCĂ

NU UITA CUM E SĂ FII MIC

OMULE, NU-ȚI PIERDE CREDINȚA

48. SECȚIUNEA B:

FINANȚE PENTRU RENEGAȚII VIZIONARI

FII STĂPÂN PE CIFRE

BANUL E REGE

PARADOXUL CREȘTERII: GAURA NEAGRĂ
A FLUXULUI DE NUMERAR

ÎN LUMEA DE AZI, SĂ CUMPERI
ÎNSEAMNĂ SĂ VINZI

ÎNVÂRTEȘTE BĂNCILE PE DEGETE

ALTERNATIVE FINANCIARE

ȘI ASTA AM FĂCUT: CAPITAL PENTRU
PUNKIȘTI

BATE DE LA UN CAPĂT LA ALTUL TOATE
CĂRĂRILE FINANCIARE. DE DOUĂ ORI.

APĂRĂ-ȚI MARJA BRUTĂ CA UN CÂINE
TURBAT

PUNE MÂNA PE O SCARĂ

PIERZI BANII, PIERZI CONTROLUL

FII UN MAGICIAN AL COSTURILOR DE
OPORTUNITATE

100. SECȚIUNEA C: MARKETING PENTRU MARIONETE DISTOPICE POSTMODERNE

BRANDUL TĂU NU ÎȚI APARTINE
TOTUL E MARKETING
N-AI BUGET? NU-I PAGUBĂ
CUM SĂ DEVII GLOBAL
FANI, NU CLIEȚI
CA SĂ IEȘI ÎN EVIDENȚĂ, ASUMĂ-ȚI
RISCURI
ȘI ASTA AM FĂCUT: BUNĂ, NUMELE MEU
E VLADIMIR
ȘI ASTA AM FĂCUT: SFĂRȘITUL
ISTORIEI
PUNE PE PRIMUL LOC CRUCIADA, NU
PRODUSUL
TRANSFORMĂ POZITIV ASPECTELE
NEGATIVE
ȘI ASTA AM FĂCUT: FALSUL BREWDOG CHINA
DE LA VIDEOCLIPURI DE AMATORI LA
AVENTURI ÎN CETATEA FILMULUI
ÎMPĂRȚĂȘEȘTE
ȘI ASTA AM FĂCUT: TV PENTRU PUNKIȘTI
NU FI COOL, FII TU ÎNSUȚI

146. SECȚIUNEA D: VÂNZĂRI PENTRU PUNKIȘTI APOCALIPTICI POSTMODERNI

150. SECȚIUNEA E: CUM SĂ CONSTRUIEȘTI O ECHIPĂ – SFATURI PENTRU CĂPETENIILE DE PIRAȚI ASPIRANTE

CEI TREI PILONI AI PUNKISTULUI DE
AFACERI
CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ ESTE 33,3%
DIN TOT
CĂRĂMIZILE CARE DĂINUIE
INTERN = EXTERN

DETEST INTERVIURILE
DRAGOSTE LA PRIMA VEDERE
LOIALITATEA ESTE NOUA REGINĂ A LUMII
CORĂBIILE AU NEVOIE DE CĂPITANI
CARTA BREWDOG

186. SECȚIUNEA F: VITEZA, TIMPUL ȘI SPAȚIUL PENTRU GOLANII AUTENTICI

CREEAZĂ UN SPAȚIU CREATIV
PORNEȘTE ÎN OFENSIVĂ
FURĂ ȘI REINVENTEAZĂ
IMPERIILE SE CLĂDESC CU CREDINȚĂ
NESTRĂMUTATĂ
ÎNTĂI ACȚIONEAZĂ, APOI GÂNDEȘTE
MIȘCĂ-TE REPEDE SAU DU-TE ACASĂ
PRIMEȘTE IERTARE, NU PERMISIUNE
NOUA TEORIE A HAOSULUI

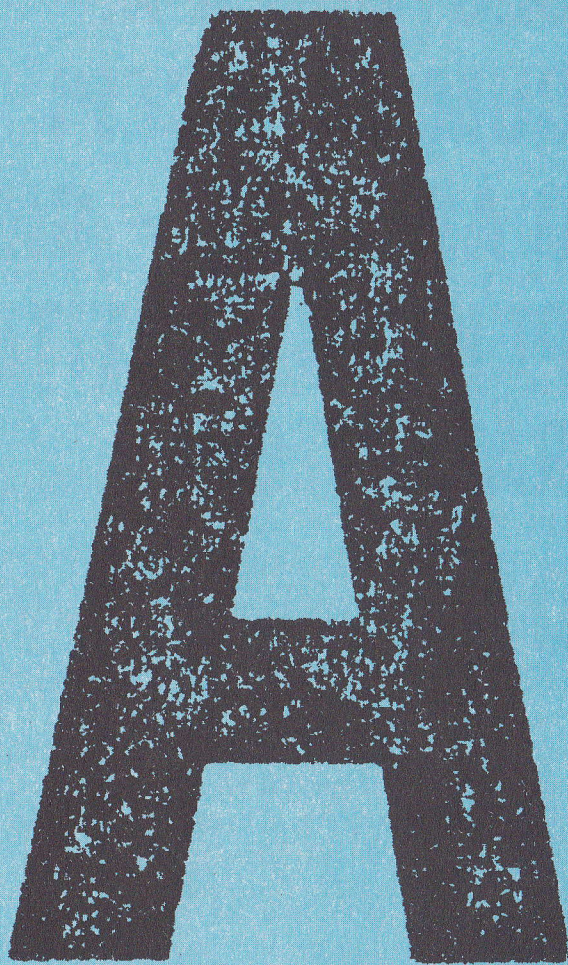
216. SECȚIUNEA G: ÎN MINTEA UNUI PUNKIST DE AFACERI

OPTIMISM CINIC
PROBLEMA NU E NICIODATĂ PROBLEMA
ȘI ASTA AM FĂCUT: PROTEST PENTRU
PUNKIȘTI
SOCIALIZAREA ESTE PENTRU PROȘTI
FĂ-ȚI VOCEA AUZITĂ
MAXIMIZAREA DISPONIBILITĂȚII UMANE
FII CU OCHII PE ELE
CĂȘTIGĂ, CĂȘTIGĂ, CĂȘTIGĂ
OBIECTIVELE SUNT RODUL ABORDĂRII
SISTEMATICE
EVITĂ COMITETELE ȘI COMIȚIILE
SĂ FII REZONABIL E PENTRU
PAPĂ-LAPTE LIPSIIȚI DE AMBȚIE
NU TE LUA DUPĂ TENDINȚE

248. CONCLUZIE

Libris .RO

Respect pentru oameni și cărți



SECȚIUNEA A: CUM SĂ ÎNCEPI O AFACERE – GHID PENTRU JUSTIȚIARIII RĂTĂCITORI

După toate probabilitățile, afacerea ta va da greș. Sortii nu sunt de partea ta. 80% dintre afacerile noi dau faliment în primele 18 luni. Adică 800 din 1 000, 8 din 10, 4 din 5 firme nou-înființate, care eșuează la momentul lansării. E o realitate. Oricum l-ai împacheta, adevărul e greu de digerat. Această statistică surprinzătoare a mortalității micilor întreprinderi ne reamintește că facem afaceri într-un mediu comercial necruțător. Așa că, dacă te gândești să-ți începi propria afacere, ai toate șansele să dai greș. Și nu doar afacerea ta va primi un șut zdravăn în fund – ci și viitorul tău, încrederea ta, visurile tale și, desigur, contul tău bancar, toate se vor duce pe apa sâmbetei.

Hai să presupunem că te numeri printre cei puternici și supraviețuiești primelor 18 luni. Șansa de a construi o afacere durabilă pe termen lung rămâne în continuare de sub 1 la 20. Un alt semnal de alarmă.

Cu șanse de supraviețuire mai mici de 5%, ai face bine să fii concentrat, nemilos, hotărât și motivat încă din prima zi. Și poate așa, dar numai poate, o s-o scoți la capăt.

Deciziile pe care le vei lua în aceste luni de formare a afacerii tale îți vor stabili locul în lume. Vor fi cele mai importante decizii pe care le vei lua vreodată și vor da afacerii tale abia născute contururi pe care nici nu ți le poți încă imagina. Așa că ai face bine să-ți pui centura de siguranță, să te ții bine și să faci față provocării. Va trebui să te asiguri că ideile tale și modul în care le pui în practică vor fi extraordinare, nici mai mult, nici mai puțin. Este un paradox care nu poate să nu-ți dea fiori că deciziile pe care le iei când lucrurile sunt extrem de dificile, iar tu ești foarte neexperimentat, sunt cele cu care va trebui să trăiești în anii care vin.

Ai nevoie să-ți câștigi dreptul de a exista și să-ți găsești o menire care să-ți confere o oarecare relevanță. Pregătește-te pentru cei mai curajoși, mai dificili și mai intensi ani din viața ta. Va trebui să fii multilateral dezvoltat, să înveți să faci și chiar să faci de toate. În plus, va trebui să înveți cum să faci față unui refuz după altul, cum să-ți placă să încasezi permanent pumni în gură și cum să-ți descoperi satisfacția în găsirea de oportunități în pofida celor mai dificile obstacole.

Să-ți începi propria afacere va fi o experiență de o brutalitate dure-roasă și, în același timp, una încărcată de plăcere și de satisfacție. Această secțiune îți va arăta cum să torni fundația, să stabilești principiile de bază și să te asiguri că deciziile pe care le iei în acele prime zile îți vor fi folositoare mai târziu și te vor ajuta, în așa fel încât afacerea ta nou-înființată să explodeze doar în sensul bun al cuvântului. Restul cărții este construit pe principiile fundamentale descrise în această secțiune.

E timpul să pornești la drum și să arăți de ce ești în stare.

DACĂ **TE GÂNDEȘTI**
SĂ ÎNCEPI O
AFACERE,
PROBABILITATEA
CEA MAI MARE
ESTE CĂ VEI DA
GREȘ.

NU PORNI O AFACERE, PORNEȘTE O CRUCIADĂ

Afacerile dau greș. Afacerile mor. Afacerile cad în uitare.

Revoluțiile nu mor niciodată.

Deci pornește o revoluție, nu o afacere.

În zilele noastre, doar să începi o afacere nu mai e suficient. Ai nevoie de un sens clar, de o misiune și de o rațiune de a exista. Martin și cu mine nu am pus pe picioare doar o berărie – am pornit în misiunea de a-i face și pe alții să fie la fel de pasionați de berea bună cum suntem noi. Această promisiune și această premisă stau la baza fiecărui lucru pe care-l facem și constituie punctul de referință pentru orice decizie pe care o luăm.

Indiferent de ce afacere înființezi, e responsabilitatea ta să te asiguri că e ancorată într-o misiune puternică, deosebită, ușor de înțeles și mistuitoare. De exemplu:

- **Zappos nu a înființat o afacere online cu pantofi.** A pornit o cruciadă în vederea creșterii calității serviciilor adresate clienților, materializată printr-o extraordinară grijă pentru angajații companiei.
- **Noma nu a deschis un restaurant.** Și-a asumat misiunea revigorării bucătăriei nordice, completată de propriul manifest al aceleiași gastronomii.
- **Apple nu a pus bazele unei afaceri cu calculatoare.** Misiunea companiei a fost să schimbe lumea cu ajutorul tehnologiei.

Să ai o misiune îți permite să plasezi tot ce faci în contextul unei meniri mai înalte și să-ți coagulezi echipa în jurul unui țel comun. Misiunea ta trebuie să fie unică și irezistibilă. Echipa ta și potențialii

(ai) clienți trebuie să creadă în ea. Misiunea va fi cea care te va scoate din anonim. Cea mai mare provocare pe care o vei avea încă din prima zi va fi să le oferi oamenilor un motiv pentru care să le pese, iar acest motiv trebuie să fie misiunea ta. În realitatea saturată a zilelor noastre nu prea mai există piață pentru încă un brand, încă o afacere, un alt produs sau serviciu. Cu toate acestea, piața lucrurilor în care să crezi este infinită. Trebuie să le oferi oamenilor ceva în care să creadă.

Trebuie să te asiguri că ai un motiv bun ca să începi o afacere. Dacă nu vrei decât să faci bani și să dai un tun, mai bine te angajezi într-o corporație ahtiată după același lucru. Vinde-ți sufletul diavolului și fii și tu un competitor în costum scump, în cursa nebună pentru putere. Afacerile nou-înființate sunt medii extrem de dificile și vei avea nevoie de ceva care să te susțină. Iar lucrul care vă va susține, pe tine și pe oamenii tăi, va fi misiunea ta. Dacă motivația ta sunt banii, atunci trebuie să fii cel mai lacom și mai nemernic nenorocit de pe planeta asta ca să poți pune o afacere pe roate. Există, nu zic nu, și afaceri concentrate exclusiv pe bani, dar mie nu-mi place să mă aflu în preajma lor sau a oamenilor care lucrează pentru ele. Creșterea gradului de educare a consumatorului va face ca aceste afaceri bazate pe rațiuni strict financiare să dispară asemenea dinozaurilor. Călătorie sprâncenată! Dacă îți dorești să deschizi o afacere din considerente în principal financiare, atunci, te rog, închide această carte acum.

Fă ceva ce-ți place și găsește-ți o misiune clară. Cu cât lucrurile se coagulează mai bine în jurul rațiunii tale de a exista, cu atât oferta ta va rezona cu clienții și îți va fi cu atât mai ușor să-i transformi în fani.

Pleacă de la premisa că nimănui nu-i va păsa, că nimeni nu va da doi bani, că nimeni nu te va asculta. Apoi gândește-te cum poți să-i faci pe oameni să le pese. Dacă nu reușești, atunci afacerea ta e menită eșecului.

- **Nu deschide doar o brutărie în Idaho.** Pornește o cruciadă pentru a-i învăța pe oameni cât de sănătoasă și de gustoasă e pâinea proaspătă cu maia, pregătită artisanal.
- **Nu deschide doar o frizerie în Berlin.** Încearcă să afli cât de mult se poate distra un client în timp ce se tunde.
- **Nu deschide doar un atelier auto în Manchester.** Inițiază o misiune de redefinire a așteptărilor clienților când vine vorba de serviciile adresate lor din domeniul întreținerii auto.

Nu e de ajuns să fii competent ca să ai o șansă să te faci remarcat. Ai nevoie de un țel mult mai înalt.

Oamenii nu-și mai doresc doar să cumpere un produs sau un serviciu. Consumatorii secolului XXI aleg tot mai mult acele companii și organizații ale căror misiuni și principii sunt compatibile cu ei și le îmbogățesc propriul sistem de valori. Clienții te ajută să ai succes, dar trebuie să le dai un motiv convingător s-o facă. O misiune puternică te va ajuta să-i determini pe oameni să le pese și să-i transformi în ambasadorii tăi.

O misiune revoluționară care să stea la baza afacerii tale reprezintă primul pas. Te asiguri astfel că afacerea ta va trăi într-atât încât să poată avea un impact.