

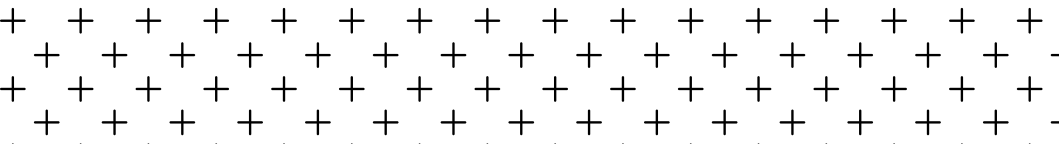


ZROZUMIEĆ BIZNES

PATRZ NA ZMIANĘ JAK NA SZANSE



N O R B E R T P I J A R S K I



REDAKCJA: Magdalena Fularska-Pacholczak
Koordynacja projektu: Magdalena Fularska-Pacholczak
Korekta: Ewa Dąbrowska, eKorekta24.pl
Skład i opracowanie graficzne: Joanna Szyszkiewicz
Projekt okładki: Joanna Szyszkiewicz
Zdjęcie na okładce: Jakub Kopycki

WYDAWCA:
NORBIT Sp. z o.o.
1905 Roku 21/101
26-600 Radom

Wszelkie prawa zastrzeżone
Radom 2020

ISBN: 978-83-959316-0-4

DRUK:
Białostockie Zakłady Graficzne SA

SPIS TREŚCI

OD AUTORA	11
WSTĘP	13
01. JEDYNE, CO JEST PEWNE, TO ZMIANA	17
1. Firma, która bała się zmiany	19
2. Kosztowna zmiana	22
3. Dlaczego boimy się zmian?	24
4. Porażka czy lekcja?	25
5. Kocham wyzwania i trudne sytuacje!	28

02. PO CO CI TEN BIZNES?	31
1. Chcesz być specjalistą w swojej firmie czy prowadzić firmę?	34
2. Motywacja do prowadzenia biznesu	38
03. PUŁAPKI W BIZNESIE	41
1. Myślenie życzeniowe nie ma sensu	43
2. Na pomysłach schowanych w szufladzie nie zarobisz	47
3. Nie licz na dotacje	49
4. Przychodzisz do pracy pierwszy i wychodzisz ostatni	51
5. Terror wewnętrznego krytyka	54
6. Nie zarabiaj na krzywdzie innych	57
7. Twoja firma – Twoja odpowiedzialność	58
8. Konkutowanie ceną może wykończyć	60
9. Szkoda czasu na ten biznes	63

10. Logo nie jest ważne!	65
11. Twoja perspektywa jest inna niż perspektywa klienta	67
04. LEPSZY BIZNES	71
1. Nigdy nie przestawaj się uczyć	72
2. Działaj tu i teraz	76
3. Stwórz niszę, w której tylko Ty się zmieścisz	78
4. Zrób dobry research	80
5. Pamiętaj, że biznes nie musi być Twoją pasją	82
6. Przygotuj się – dzięki temu masz większą szansę na sukces	84
7. Jak rozwijać biznes?	86
8. Jak zabezpieczyć biznes?	89
9. Jak projektować usługi i produkty?	91
10. Skąd czerpać inspiracje?	94
11. Żyj aktywnie	96

12. Ludzie	97
13. Kto Cię wzmocni, kto osłabi	99
14. Prowadź do zmiany	101
15. Kryzys – jak z niego wyjść?	103
16. Jak się dogadać?	105
17. Opuść	108
18. Oswajaj porażkę	110
19. Znajdź sens	112
20. Szukaj wsparcia	114
21. Najważniejsza jest sprzedaż	116
22. Patrz i ucz się	118
23. Życie za 10 lat	120
24. Jak wygląda Twoja orkiestra?	122
25. Więcej niż jeden biznes	124
26. Wczuj się i reaguj	125
27. Strzelaj do jednej bramki	127

28. Co się opłaca?	129
29. Twórz więzi między klientami	131
30. Co będzie dalej?	133
Zakończenie	135
Przypisy	137

3. Stwórz niszę, w której tylko Ty się zmieścisz

Zamiast pytać, jak znaleźć więcej klientów, pytaj: jaką zmianę staram się wprowadzić?

Seth Godin

Wprowadzając produkt na rynek, zastanawiamy się, w jaki sposób się wyróżnić. Co robimy lepiej niż konkurencja? Z różnych stron słyszymy, że będziemy potrzebować dużego budżetu na reklamę i marketing – w końcu trzeba się przebić do świadomości ludzi, wyróżnić opakowaniem, reklamą w telewizji, sprzedażą. I to wszystko prawda.

Jednak droga do zakładanego sukcesu jest wyboista, bo w każdej kategorii konkuruje ze sobą wiele marek. Spójrzmy choćby na słodki napój gazowany, powszechnie zwany colą. Mamy dostęp do kilkunastu marek, ale w naszej świadomości najczęściej pojawiają się Coca-Cola lub Pepsi.

Walka o prym w swojej kategorii nie jest łatwa. Jeżeli znajdujesz się na początku swojej biznesowej drogi, możesz pójść tropem Arnolda Schwarzeneggera. W książce *Narzędzia tytanów* Timothy'ego Ferrissa (3) aktor wyznaje:

Nigdy nie chodziłem na castingi. Nigdy. Nie ubiegałem się o zwykłe role, ponieważ nie wyglądałem jak zwykły facet. Uważałem, że wszyscy próbują wyglądać tak samo – chcą być umięśnionymi, przystojnymi blondynami, mieszkać w Kalifornii i chodzić na castingi w Hollywood. Zastana-

wiałem się, jak mogę stworzyć dla siebie niszę, w której tylko ja się zmieszczę.

Te poszukiwania doprowadziły Schwarzeneggera – mimo początkowego oporu producentów i agentów w Hollywood – do debiutu w filmie *Herkules w Nowym Jorku*. Potem przysły produkcje, które przyniosły mu sławę: *Conan Barbarzyńca* i *Conan Niszczyciel*, kolejne części *Terminatora*, *Komando*, *Pamięć absolutna*.

Jim Cameron powiedział, że gdyby nie było Schwarzeneggera, nie byłoby tego filmu, ponieważ nikt inny nie miał głosu robota (4) – mowa oczywiście o Terminatorze. Ale to nie on przyniósł byłemu kulturystyście największe wpływy, lecz Bliźniacy, film, w którym wystąpił wspólnie z Dannym DeVito. Producenci tak bardzo nie wierzyli w sukces tej komedii, że zamiast zwyczajnego wynagrodzenia zaproponowali aktorom duży udział w zyskach. Film okazał się hitem – Schwarzenegger przyznaje, że zarobił na nim więcej niż na którymkolwiek innym (a tantiemy wciąż spływają).

Wiem, że nie każdy może być jak Arnold. I o to właśnie chodzi – w przeciwnym wypadku nie odniósłby takiego sukcesu. Pamiętaj: **szukaj niszy, upatruj szansy i okazji w tym, co dostrzeżesz na rynku.**

Jeżeli nie stworzysz niszy, pozostaje Ci być najlepszym w swojej dziedzinie i dyktować warunki lub być słabym i przez to wchodzić w wojny cenowe.

Wybór pozostawiam Tobie.

7. Jak rozwijać biznes?

Jeśli wyczerpiesz swoje zapasy, przeforsujesz się, a potem w złym momencie nastąpi wstrząs, możesz się znaleźć w poważnych tarapatach.

Jim Collins, Morten T. Hansen

Początek XX wieku to stopniowy koniec ery wielkich odkryć. Podróżnicy i badacze zdawali wówczas wysiłki, by dotrzeć przed innymi w dziewicze tereny (a tych było coraz mniej). Jednym z nich był Roald Amundsen, który zasłynął jako zdobywca Antarktydy. Początkowo norweski badacz planował wyprawę na biegun północny, jednak gdy dotarła do niego wiadomość, że Arktyka została już zdobyta, zmienił plany i rozpoczął przygotowania do ekspedycji na biegun południowy (5).

Dla Amundsena ważny był każdy dzień, bo nie tylko on chciał zdobyć biegun. Brytyjska ekspedycja pod kierownictwem Roberta Falcona Scotta również szykowała się na wielką wyprawę. I mimo że zaczęła pierwsza, nie Scott, ale Amundsen dotarł na biegun jako pierwszy. Brytyjczycy pojawili się na miejscu dopiero 5 tygodni później, ponadto w drodze powrotnej zginęli.

Jak więc się stało, że mimo początkowej przewagi Scotta to Amundsen zapisał się w historii jako zdobywca bieguna południowego?

Jak twierdzą Jim Collins i Morten T. Hansen, autorzy książki *Wielcy z wyboru* (6), Norweg przez całą wyprawę trzymał się

żelaznej zasady stopniowego posuwania się naprzód. Przy idealnej pogodzie nie szedł więcej, niż założył, a gdy warunki się pogarszały, starał się utrzymywać tempo. Jego ekspedycja miała codziennie pokonywać około 25–30 kilometrów. Choć pokusa podgonienia trasy w słoneczne dni była duża, badacz wiedział, że jego drużyna potrzebuje odpoczynku i snu, bo przed nią jeszcze długa droga. Nie pozwolił towarzyszący na forsowanie się nawet w chwili, gdy od celu dzieliło ich zaledwie 24 godziny, mimo wizji wyprzedzających ich Brytyjczyków.

Scott tymczasem, wydawać by się mogło, całkowicie zapomniał o potrzebie odpoczynku. Przy dobrej pogodzie szedł aż do wyczerpania, przy niepogodzie nie ruszał się z namiotu. Gdy on pisał w dzienniku: *Nie sądzę, aby ktokolwiek mógł podróżować w takich warunkach*, Amundsen w tym czasie – znajdując się w jeszcze gorszym położeniu, bo przeprowadzał się przez góry – notował: *To był ciężki dzień – śnieżyca, zaspasy, odmrożenia – ale zdołaliśmy przybliżyć się kolejne 20 kilometrów do celu.*

To niewątpliwy sukces norweskiej ekspedycji, która zdobyła biegun południowy 14 grudnia 1911 roku. Niemniej trzeba zaznaczyć, że Norwedzy byli lepiej przygotowani do wyprawy: mieli doświadczony zespół polarników, psie zaprzęgi oraz narty do przemieszczania się. Tymczasem Brytyjczycy korzystali z mechanicznych sań, które szybko się zepsuły, oraz kucyków, które nie wytrzymały warunków.

Przygotowanie i żelazna dyscyplina są ważne i prowadzą do sukcesu nie tylko w tak ekstremalnych sytuacjach. Co jest Twoim biegunem? Co stanowi Twój cel?

Przykład polarników pokazuje wagę codziennej pracy nad firmą i nad samym sobą. **Nawet gdy masz gorszy dzień, gdy wszystko idzie jak po grudzie, staraj się robić dwa kroki do przodu.** Pamiętaj też, że praca po 10–12 godzin dziennie nie służy ani Tobie, ani zespołowi, bo prowadzi do wypalenia. A zespół bez energii nie zdoła przejść przez trudne próby.

Znajdź więc czas na dobre przygotowanie się do projektu i trenuj codzienną równowagę, która przybliży Cię do celu.