Marek Zabiciel

Jak wygrać w biznesie?

Kompletna instrukcja od A do Z
dla planujących własną działalność.

ZŁOTE MYŚLI

Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "Jak wygrać w biznesie?"

Darmowa publikacja dostarczona przez
ebooki24.org

Copyright by Złote Myśli & Marek Zabiciel, rok 2010

Autor: Marek Zabiciel
Tytuł: Jak wygrać w biznesie?

Data: 31.12.2017

Złote Myśli Sp. z o.o.
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
www.zlotemysli.pl
email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiekolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.
All rights reserved.

SPIS TREŚCI

Część I.....12
I. Czego się boimy?.....13
II. Przyczyny powstawania nowych firm.....17
1. Bo nie lubię, jak ktoś mi mówi, co mam robić.....18
2. Pragnienie bycia niezależnym finansowo.....19
3. Chęć tworzenia.....20
4. Udowodnię sobie.....20
5. Chęć niesienia pomocy innym.....21
6. Ucieczka od bólu.....22
7. Chęć dominacji nad innymi.....23
8. Ja wam teraz pokażę.....25
9. Zemsta.....26
10. Robienie kasy.....26
III. Wybór profilu działalności.....29
1. Co decyduje o pomyślności przedsięwzięcia?.....29
Oprzyj się na solidnych fundamentach.....29
Koncentracja na wybranym sektorze.....31
Zaczynaj z wizją końca.....34
2. Jak trafić w dziesiątkę?.....35
Rób to, co kochasz.....35
Nie kieruj się tylko chęcią zysku.....38
Dostosuj działalność do typu swojej osobowości.....38
Rób to, na czym się znasz.....39
Wykorzystaj swoje uczucia.....40
Spójrz w przyszłość.....41
Rozwijaj swoje talenty.....42
Pisz i myśl, pisz i myśl, pisz i myśl.....43
3. Podejmij ostateczną decyzję.....46
IV. Planowanie — założenia wstępne.....48
1. Wysokość kapitału początkowego.....48
Jaka kwota jest potrzebna do uruchomienia Twojego przedsięwzięcia?.....48
Jaką kwotą dysponujesz?.....49
Jakie w tym momencie widzisz źródła finansowania?.....50
2. Solo czy w spółce?.....51

Co skłania nas do tego, by zakładać spółki z innymi?.....51
Zalety spółek.....52
Kiedy spółka ma perspektywę rozwoju i przeżycia?.....52
Zaplanuj, jak będziecie się rozchodzić.....53
Ustalcie wspólną wizję.....54
Podzielcie się obowiązkami.....54
3. Wybór formy prawnej.....55
Poznaj dokładnie wszystkie formy prawne.....56
Która z istniejących form prawnych najlepiej nadaje się do Twojej działalności?.....56
4. Zaplanuj wielkość zatrudnienia.....57
Ile osób będzie potrzebnych do uruchomienia przedsięwzięcia?.....57
Ile osób będzie potrzebnych w pierwszym roku działalności?.....58
Jakie kwalifikacje powinny mieć te osoby?.....58
5. Miejsce prowadzenia działalności gospodarczej.....60
Dostosuj miejsce do profilu Twojej działalności.....60
Nie zadowalaj się byle czym.....61
V. Badanie rynku.....63
1. Analiza konkurencji.....63
Sprawdź, ile na rynku działa firm o podobnym do Twojego profilu działalności.....64
Zbierz maksymalnie dużo informacji na ich temat.....65
Jakie są ich silne i słabe punkty?.....65
W czym tkwi ich największa słabość?.....66
Sprawdź je jako klient.....66
2. Analiza produktów i ofert reklamy i marketingu.....68
3. Sprawdź potencjalne zapotrzebowanie na swoje usługi71
Rozmowy środowiskowe.....72
Rozmowy branżowe.....72
Przygotowanie gruntu potencjalnych odbiorców.....73
Analizuj każde „za” i „przeciw”.....74
Pytaj i słuchaj.....75
4. Poznaj najnowsze technologie.....76
Nieustannie szukaj nowych technologii.....76
Sprawdź, co się zmieniło w Twojej branży na przestrzeni 100 lat.....78
Sprawdź, z jakich technik, metod i narzędzi korzysta lider w branży. .78
5. Poznaj właścicieli firm.....80
VI. Wybór strategii i rozwiązań.....82
1. Dostosowanie planu do sytuacji rynkowej.....82

2. Usiądź do spokojnej analizy wszystkich danych.....83
Każdą grupę danych dokładnie przemyśl.....83
Gdzie musisz się dostosować?.....84
Na ile badanie rynku zmieniło Twoją pierwotną wersję?.....84
Gdzie zauważasz szanse, możliwości, luki, nowe pomysły?.....85
Gdzie są punkty nasycenia, a gdzie braki?.....86
3. Skoryguj swój kurs, jeśli sytuacja tego wymaga.....88
Nie zmieniaj fundamentalnych założeń.....88
Szukaj, dopóki nie znajdziesz.....89
Opieraj się na faktach.....89
4. Wykorzystaj kreatywność.....89
Rozszerzaj, zwężaj, powiększaj, zmniejszaj, dodawaj, odejmuj.....90
Rysuj własne mapy procesów.....91
5. Wybierz nazwę firmy.....91
Nazwa firmy.....91
Logo.....93
Hasło reklamowe.....94
Kolory.....95
Kształty.....96
Obrazy.....96
Łatwość identyfikacji.....96
Połączenie ze stroną www.....97
Szyldy.....98
Spójność marki.....98
6. Dlaczego klient Cię kupi?.....99
Jakiego klienta chcesz obsługiwać?.....99
Co chcesz dać swojemu klientowi?.....100
Co spowoduje, że klient wróci?.....101
Czym szczególnym się wyróżniasz?.....102
Na ile Twoja usługa ulepszy życie innych ludzi?.....103
7. Dokonaj analizy finansowej.....104
Koszty.....104
Plan rentowności.....106
Określenie celów finansowych.....107
Lewizna to równia pochyła.....110
8. Mała Ideologia i Mała Misja.....111
Mała Ideologia — co, komu i dlaczego?.....112
Mała Misja — po co istnieje firma?.....113
9. Dobierz odpowiednich partnerów i poddostawców.....114
Biuro rachunkowe.....115

Bank....116
Sieć telefonii stacjonarnej i komórkowej....117
Obsługa prawna....118
Inne specjalistyczne usługi, inni poddostawcy....119
10. Miejsce prowadzenia działalności gospodarczej....119
Dokonaj właściwego wyboru....120
Podpisz umowę przedwstępną....120
Zaplanuj wyposażenie, rozkład i układ lokalu....120
11. Wstępne rozmowy z dostawcami....122
Wybór towaru i asortymentu....122
Dostawcy....123
12. Zorientuj się w programach proponujących dofinansowanie....124
13. Termin otwarcia....125
Biznesy sezonowe....126
Ustal datę uruchomienia biznesu....127
VII. Podjęcie ostatecznej decyzji....128
1. Dlaczego podjęcie ostatecznej decyzji jest osobnym punktem tego programu?....128
2. Zapisz wszystkie ustalenia....129
3. Podpisz się pod każdym z nich....130
VIII. Czas działania....131
1. Sprawy formalno-organizacyjne....131
Urząd Miasta — wpis do ewidencji....132
Urząd Statystyczny — REGON, NIP....133
Konto bankowe....133
Telefony....133
Biuro rachunkowe....134
Urząd Skarbowy....134
ZUS....134
2. Jak załatwiać sprawy w urzędach?....135
Podejście do ludzi....135
Podejście do procedur....137
3. Umowa najmu/własności lokalu....138
Zwracaj uwagę na to, co podpisujesz....138
Podejście wygrany–wygrany....139
4. Wyposażenie lokalu....140
Sprzęt komputerowy i systemy informatyczne....140
Telefonia, internet, płatności kartą, inne....141

Ekspozycja i towar.....142
5. Marketing i reklama.....143
Strona www.....143
Wizytówki.....144
Pieczątka firmowa.....144
Ulotki reklamowe.....144
Zewnętrzna reklama wizualna.....145
Reklama standardowa: prasa, radio, telewizja.....145
Reklama partyzancka.....146
6. Stwórz ostateczny plan działania.....147
IX. Dokonanie pierwszej sprzedaży.....148
1. Ciesz się sukcesem.....148
2. Psychologiczny aspekt pierwszej sprzedaży.....149
Wcale nie było tak trudno.....149
Nie siadać na tyłku.....149
3. Teraz dopiero zaczyna się biznes.....150
Myśl, pracuj, analizuj.....150
Obserwuj, które z przyjętych założeń nie sprawdziły się.....151
Wzmacniaj to, co się sprawdza.....152
Przygotuj się na ciągłe zmiany.....152
X. I co dalej z tym zrobić?.....154
1. Skoncentruj się na kliencie.....154
Dołóż wszelkich starań, by obsługa była na najwyższym poziomie. . .155
Pracuj na swoją opinię.....156
Opracuj proces reklamacji.....156
Słuchaj, czego chcą klienci i daj im to.....157
2. Jeszcze zdążysz zarobić!.....158
Inwestuj w rozwój Twojej firmy.....159
Najpierw daj zarobić współpracownikom.....159
Usprawniaj procesy, doskonal technologie.....160
3. Stwórz grupy wsparcia.....161
Znajdź takie firmy, z którymi współpraca przyniesie wzajemne korzyści.....161
Zostawiaj swoje ulotki i wizytówki wszędzie tam, gdzie to możliwe. . .162
4. Zainwestuj w siebie.....162
Rozwijaj się i doszkalaj.....163
Prenumeruj branżowe czasopisma.....163
Zapisz się do organizacji, które mogą Cię wesprzeć i czegoś nauczyć.....164
5. Rozglądaj się za współpracownikami.....164
Patrz na ludzi pod różnym kątem.....165

Odwiedź Urząd Pracy.....166
Na co zwrócić uwagę przy wyborze współpracownika?.....167
6. Nie bój się eksperymentów.....168
Błąd jest porażką tylko wtedy, kiedy nie wyciągniesz wniosków.....168
Kluczem do właściwych decyzji jest wcześniej podejmowanie niewłaściwych.....169
Doświadczenie jest wartością dodaną.....169
7. Nie oszczędzaj na tym, co ważne.....169
8. Rozwijaj swoją organizację stopniowo.....170
Co się dzieje, gdy chcemy naraz zbyt wiele.....171
Skorzystaj z drugiej części Programu Rozwoju Firmy.....171
Nota od autora.....172

III. Wybór profilu działalności

Zacznijmy od początku. Masz „ciąg na bramkę”. Chcesz założyć własną firmę. Tylko jaką? Jaki ma być jej profil, czym się ma zajmować, komu świadczyć usługi? Najpierw powiemy o tym, co decyduje o pomyślności przedsięwzięcia.

1. Co decyduje o pomyślności przedsięwzięcia?

Oczywiście przedstawione tu aspekty nie wyczerpują listy tego, co decydować będzie o tym, czy Twoja firma odniesie sukces. Jeśli jesteś już po lekturze kilku początkowych modułów Osobistego Programu Sukcesu, łatwiej będzie Ci zrozumieć pewne aspekty. Ale jeśli nie, to nie szkodzi. Postaram się przedstawić te zagadnienia w przystępny sposób.

Oprzyj się na solidnych fundamentach

Każda powstająca budowla wymaga solidnych fundamentów. Jeśli fundamenty będą nietrwałe, to jest duże prawdopodobieństwo, że przy niewielkim wstrząsie czy załamaniu cała konstrukcja runie jak domek z kart. Dlatego właśnie na początku omawialiśmy temat związany z powodem, dla którego chcesz stanąć w szeregach przedsiębiorców. Powody mogą być różne. Mogą być Twoje własne, możesz się zasugerować tymi, które wymieniłem. Warunkiem dobrze rozpoczętej pracy jest to, by przyczyny, które Tobą kierują, były ja-

sno i czytelnie zdefiniowane. Najprawdopodobniej będzie to mix różnych przesłanek. Ważne, by były szczere i płynące z Twojego wnętrza. Program, który przerabiasz, ma kilka celów. Jednym z nich jest to, byś po jego zakończeniu posiadał w miarę czytelnie zapisaną formułę na stworzenie własnego biznesu. Dlatego właśnie, oprócz czytania przez Ciebie zdań, trzeba wykonać ćwiczenia. I w tym momencie przystępujemy do ćwiczenia pierwszego. Od każdego indywidualnie zależy, ile czasu poświęci na ćwiczenia. Jedna osoba zrobi to w ciągu 3 minut, a inna w ciągu 3 miesięcy. Nie ma reguły. Szybkość rzadko oznacza lepszą jakość. Nie spiesz się. To nie wyścigi. Jeśli na początku dobrze przemyślisz, co i dlaczego masz zrobić, reszta będzie dosyć prosta.

Jeszcze zanim zaczniemy ćwiczenia, wrócę na chwilę do tematu pomocy innym. Jak wspomniałem wcześniej, każdy biznes jest stworzony po to, by zaspokajać jakieś potrzeby klienta. I tym klientem jest człowiek, któremu chcesz pomóc. W jaki sposób to zrobić, pomyślimy troszkę później, a teraz przemyśl, na ile w Twoim wyobrażeniu o przyczynie założenia biznesu kierujesz się chęcią pomocy innym. Moim zdaniem to jeden z najmocniejszych, jeśli nie najmocniejszy fundament. Dlatego pozwoliłem sobie zasugerować takie właśnie podejście. A teraz już ćwiczenie.

Zapisz teraz powody, dla których chcesz mieć swoją wymarzoną firmę:

Koncentracja na wybranym sektorze

Następnym bardzo ważnym czynnikiem tego, co decyduje o pomyślności przedsiębiorstwa, jest koncentracja na wybranym sektorze. Podarujmy sobie jeszcze definiowanie branży czy zakresu działalności, ale rozważmy samą istotę koncentracji. Czym jest koncentracja? Skupieniem uwagi, energii, działania na określonej części czegoś. Im mniejsza, węższa, łatwiejsza do ogarnięcia jest ta część, tym łatwiej się na niej skoncentrować. Co to ma wspólnego z naszymi rozważaniami o zakładaniu firmy? Otóż koncentracja na wybranym sektorze, znalezienie niszy rynkowej, nierozpraszanie swojej uwagi na wielu sprawach, z których niewiele wynika, ale skupianie się na jednej określonej da nam najlepsze rezultaty. Żeby nie błądzić po omacku, podam przykład tego, jak chciałem kiedyś zacząć. Miałem w planach założenie i uruchomienie firmy. Byłem wtedy po studiach, ekonomicznych zresztą, i mówię o tym dlatego, żeby była jasność, jakie jest przygotowanie młodych ludzi, młodych przedsiębiorców do tego, żeby poszli w świat biznesu. Nie będę krytykował procesu edukacji, bo oczywiście mogłem się już wcześniej uczyć na własną rękę, ale jeśli nie wiedziałem tak podstawowej rzeczy na temat prowadzenia biznesu, że trzeba się skoncentrować, zamiast rozpraszać, to możesz się domyślać, co wiedziałem. Czego się więc uczyłem przez 5 lat studiów ekonomicznych? Do dzisiaj nie bardzo mogę sobie odpowiedzieć na to pytanie. Ale do rzeczy. Więc chciałem założyć firmę, stworzyłem bizne-

splany, utworzyłem koncepcje, strategie itd. Wiesz, czym chciałem się zajmować? Wszystkim. No, może odrobinę przesadzam, ale było tam tyle różnych rzeczy, że gdy dzisiaj czytam te zapiski, to nie mogę dojść do tego, skąd mi się to wzięło! No dobrze, wiem. Myślałem tak: im więcej zaoferuję jako potencjalną usługę czy produkt, tym większe będą potencjalne zyski. Jak nie to, to co innego. Asekuracja, tak żeby zostawić sobie furtkę. Bóg jednak czuwał nad moją skromną osobą i nie popełniłem tego głupstwa. Upraszczajmy to, co być może zbytnio skomplikowaliśmy. Jeśli firma świadcząca usługi komputerowe, to: komu, na bazie jakiego programu, dla jakiej grupy klientów, za jaką cenę, do jakiego progu, jakimi narzędziami itd. Chodzi o śrubowanie tego kryterium do momentu, aż dojdziemy do wniosku, że chcemy produkować same „główki do szpilek", a nie całe szpilki. To może drobna przesada, ale celowo zastosowana, aby lepiej zobrazować zagadnienie. Inny przykład. Firma reklamowa zajmująca się wszystkim, co jest związane z reklamą, to mydło i powidło. Wszystko i nic. I wszędzie miernota. Bo albo public relations, albo reklama zewnętrzna, albo gadżety firmowe, albo produkcja stron internetowych, albo ich obsługa, albo marketing w sieci dla różnych podmiotów, albo marketing w sieci tylko w portalu x, albo marketing w sieci tylko w portalu x i tylko w dziale y. Rozumiesz? Im głębiej, tym mniejsza konkurencja, bo im węższa specjalizacja, tym większa koncentracja, tym większa możliwość zostania liderem. A co z klientem? Przyjdzie po taką wąsko wyśrubowaną usługę? Przyjdzie. Skończą się kiedyś czasy bylejakości, które charakteryzują się tym, że określona firma zajmuje się wszystkim nawet z zakresu swojej działalności. Bardzo wąsko wyspecjalizowane firmy będą kiedyś na porządku dziennym. Dzisiaj dopiero powstają. W niektórych branżach już istnieją i bardzo prężnie działają. Znasz zapewne takie rodzynki, choćby z segmentu wykończenia wnętrz czy poszczególnych etapów budowy domu. Firmy spe-

cjalizujące się w kładzeniu płytek, w szyciu firanek, w wykonywaniu elewacji zewnętrznej itd. Można zlecić wszystko jednej firmie, ale najczęściej na własną rękę zatrudniamy fachowców z różnych branż, bo chcemy, by robota była realizowana przez zawodowców.

Znajdź lukę, zapotrzebowanie w wąskim sektorze branżowym, wyspecjalizuj się i stań się liderem. Klienci wolą współpracować z fachowcami w branży niż z firmami, które ogólnie zajmują się wszystkim.

Zaczynaj z wizją końca

Czasem zdajemy sobie sprawę z tego, na jakich fundamentach opieramy nasz biznes, o koncentracji myślimy niezmiernie rzadko, częściej dywersyfikujemy i rozpraszamy nasze działania, ale naprawdę właściwie skonstruowaną wizję tego, dokąd ma nas to wszystko zaprowadzić, ma tylko garstka. Trzeci, ale najważniejszy punkt tego rozdziału, ma Ci uzmysłowić, że nie wolno zaczynać żadnego przedsięwzięcia, zanim nie będziesz wiedział, gdzie chcesz z nim dojść, kim chcesz się stać w wyniku tego procesu, jak to ma wyglądać w chwili, kiedy będziesz odchodził, przekazując biznes swoim wnukom czy dzieciom. Dlaczego masz się zastanawiać dzisiaj nad tym, co będzie za 50 czy 70 lat?

Czy kiedyś tworzyłeś wizję tego, jak powinno wyglądać Twoje życie za 5, 10, 20, 30 lat? Jeśli tak, to jesteś w gronie nielicznych tych, którzy wiedzą, dokąd zmierzają. Właściciel firmy, który planuje, stawia cele zarówno przed sobą, jak i przed organizacją, którą tworzy, będzie o wiele bardziej skuteczny niż ten, który decyduje się na politykę „robimy i zobaczymy dalej, co z tego będzie”. Ile osób będzie skupiała wokół siebie Twoja firma za 5, 10 lat? Jaki planujesz przychód, zysk ze sprzedaży w kolejnych latach działalności? Jak będzie

się rozwijało przedsiębiorstwo, którego będziesz liderem? Jeśli masz dosyć jasną wizję, wszystko, co trzeba będzie robić, to szukać metod i narzędzi, aby tę wizję zrealizować. Podejmowanie decyzji zarówno tych strategicznych, jak i operacyjnych, będzie o wiele prostsze, bo będzie jasność kierunku, w którym podążasz. Znalezienie właściwych rozwiązań będzie tym łatwiejsze, im bardziej klarowna będzie Twoja wizja dotycząca przyszłości firmy. Zaczynaj z wizją końca.

2. Jak trafić w dziesiątkę?

Omówiliśmy 3 czynniki, które mają decydujące znaczenie we wstępnej fazie planowania własnej działalności. Teraz przejdziemy do spraw bardziej konkretnych. Czym dokładnie masz się zająć, jaką wybrać dziedzinę, którą branżę? Dowiesz się nie tylko, jak pokierować procesem myślowym, aby trafić w dziesiątkę, ale również dlaczego tak, a nie inaczej, trzeba zrobić, aby osiągnąć sukces. Nie wiem, kim jesteś, co do tej pory wpojono Ci na temat biznesu i przedsiębiorczości. Proszę jednak, niezależnie od tego, jakie są Twoje poglądy, abyś podszedł do przedstawionych koncepcji z „otwartą głową", przeanalizował to wszystko i wyciągnął własne wnioski co do dalszego działania.

Rób to, co kochasz

Rób to, co kochasz! Do czego Cię zawsze ciągnęło? Co jest Twoją pasją? Jakie zajęcie sprawia Ci najwięcej przyjemności? Jakie jest Twoje hobby? Co przynosi Ci najwięcej satysfakcji? Modelarstwo, muzyka, taniec, komputery, samochody, uprawianie sportu, nauczanie, konstruowanie, budowa, projektowanie, rysowanie, malowanie, granie, wędkowanie, akwarystyka, filatelistyka, rzeźba. Ta lista nie

ma końca. Można tak długo wymieniać różne dziedziny. Czy aby na pewno każda z nich nadaje się do tego, żeby zrobić z niej biznes? Każda bez wyjątku. Jeśli nie wierzysz, zrób eksperyment. Wybierz dowolną dziedzinę i wklep ją w wyszukiwarkę internetową. Przekonasz się, że nie ma takiej, na której już ktoś nie zrobił pieniędzy. Może nie być tak ścisłych specjalizacji, o jakich mówiłem wcześniej, ale na każdej z dziedzin w taki czy inny sposób ktoś już zarabia. Dlaczego takie podejście uważam za najbardziej skuteczne? Po pierwsze, jeśli oprzesz swoją firmę na tym, co Cię pasjonuje, włożysz w nią swoje „serce". A jest to klucz do pomyślności przedsięwzięcia. Po drugie, zajmiesz się zawodowo tym, na czym się znasz, bo jeśli coś Cię pasjonuje, to prawdopodobnie Twoja wiedza na ten temat jest dosyć obszerna. Po trzecie, jeśli robisz to, co lubisz i co sprawia Ci przyjemność, emanujesz radością i entuzjazmem, który jest bardzo ważny choćby po to, by przekonać do swoich koncepcji współpracowników, których zbierzesz wokół siebie. Ludzie pójdą za liderem, który emanuje siłą i mocą wewnętrzną. A ta moc bierze się z tego, że wierzy w to, co robi. Po czwarte, dlaczego masz się unieszczęśliwiać i zajmować się czymś, czego nie lubisz? Dla pieniędzy? Pytam, jak długo i do czego Cię to doprowadzi? Do stresu, rozżalenia, smutku, którym będziesz dzielił się ze swoimi bliskimi? No pytam, po co? Po piąte, czy chcesz być szczęśliwy? Jeśli tak, to rób to, co kochasz. Można by dalej ciągnąć tę wyliczankę, ale podaruję sobie. Zasada, o której mówię, wygląda tak: znajdź to, co Cię pasjonuje, a później zastanów się, jak na tym można zarobić. Parę przykładów. Wędkarz zakłada sklep z akcesoriami wędkarskimi. Kolarz handluje rowerami. Mistrz Polski w karate zakłada szkołę Wschodnich Sztuk Walki. Muzyk nagrywa i wydaje swoje płyty. Powiesz, że to banalne. To nie jest banalne, to jest proste. Dla sceptyków rozpędzę się i powiem, co może zrobić taka pani, która uwielbia

wędkować. Po pierwsze już sama w sobie jest ewenementem, bo wędkująca kobieta to rzadkość. Już się wyróżnia. Do swojego sklepu sprowadza najnowsze produkty fińskiej firmy x, światowego lidera w dziedzinie sprzętu wędkarskiego. Dodatkowo zakłada witrynę internetową i sprzedaje swoje produkty przez sieć. Pisze poradnik na temat tego, jak i kiedy najlepiej zaczaić się na jesiotra. Wydaje te przemyślenia w swoim branżowym biuletynie. Nawiązuje współpracę z doskonałym amerykańskim producentem sprzętu i staje się dystrybutorem jego towarów na całą Polskę. Uruchamia produkcję własnych akcesoriów wędkarskich i rozprowadza je już po sieci swoich punktów, których w tym momencie jest powiedzmy 33. Chcesz dalej? Fantazje? Popatrz na to, jak swoje firmy rozwijali ci, którzy dzisiaj już nie muszą pracować, żeby żyć. Kreatywność, szukanie rozwiązań i doskonalenie procesów, ale przede wszystkim oparcie biznesu na tym, co uwielbiamy robić.

Nie kieruj się tylko chęcią zysku

Jeśli już kogoś zaczynam denerwować tym gadaniem, że nie należy robić biznesu tylko dla kasy, to przepraszam. Ale nic na to nie poradzę, że jeśli oprzesz swoją koncepcję na tym, w czym jesteś dobry, co kochasz i zaangażujesz się w ten proces całym sobą, to pieniądze będą naturalną, powtarzam, naturalną konsekwencją i efektem Twojej pracy. Jak to zadziała? Dotrzesz ze swoją wiedzą, produktem, usługą, zaangażowaniem, fachowością do tych, którzy tego potrzebują, a oni zapłacą Ci za to wszystko o wiele więcej, niż można by się spodziewać. Dlaczego więc tak się powszechnie nie dzieje? Ile znasz firm? Z usług ilu korzystasz? Ile z nich podchodzi do tematu profesjonalnie? Ze 100 wyróżnilibyście 10? Może tak, a może nawet nie. Więc już wiesz, nad czym trzeba pracować i na czym się skoncentrować, aby ktoś kiedyś mógł Cię zakwalifikować do grona tych

dobrych firm. To, ile zarobisz w efekcie swojej pracy, będzie związane z tym, ile dasz klientom. Cena za produkt czy usługę jest kształtowana na podstawie tego, ile skłonny jest za nią zapłacić potencjalny klient. A klient zapłaci odpowiednio wysoką cenę, jeśli Twoja oferta da mu to, czego on potrzebuje.

Dostosuj działalność do typu swojej osobowości

Następna sprawa: dostosuj działalność swojej firmy do typu osobowości, jaką posiadasz. Nie chcę tu szczegółowo omawiać typów osobowości. Upraszczajmy, co tylko się da, bo życie samo w sobie i tak jest skomplikowane. Oprzyjmy się na najczęściej stosowanym rozróżnieniu, jeśli chodzi o typy osobowości. Są to sangwinik, choleryk, melancholik, flegmatyk.

Według Florence Littauer, doskonałej pisarki, która dosyć szczegółowo omawia to zagadnienie w swojej książce *Nadaj siłę swojej osobowości*[1], sangwinik jest popularny, choleryk silny, melancholik perfekcyjny, a flegmatyk spokojny. Rzadko jest tak, aby ktoś posiadał tylko jeden typ osobowości, ale w naszym charakterze najczęściej przeważa jeden z wymienionych profili. Żaden z nich nie jest lepszy ani gorszy od pozostałych. Każdy ma swoje plusy i minusy. Ważne jest to, by wiedzieć, jaki typ osobowości przeważa u Ciebie i dostosować go do wybranego przez Ciebie zajęcia. Proszę nie wyciągać zbyt daleko idących wniosków, bo nie jestem w stanie powiedzieć dokładnie, czy dla choleryka będzie odpowiednie spokojne zajęcie, czy nie. Chciałbym natomiast, żebyś przed podjęciem decyzji o tym, co będziesz robił i czym się zajmował, odpowiedział sobie na pytanie: czy takie właśnie zajęcie jest dla mnie? Czy dobrze będę się czuł, robiąc właśnie to? Czy w takim środowisku najlepiej się zreali-

[1] F. Littauer, *Nadaj siłę swojej osobowości,* Warszawa 1997.

zuję? Zainteresowanych odsyłam do zgłębienia literatury.

Rób to, na czym się znasz

Ten podpunkt nawiązuje do szukania zajęcia związanego z tym, co lubisz robić. Dlaczego więc został osobno przedstawiony? Sytuacja może wyglądać tak: hobby to hobby, ulubione zajęcie też, a wiedza, którą nabyłeś w trakcie swojego życia, może być uzupełnieniem tego, co sprawia Ci przyjemność. Znowu podajmy przykład. Uwielbiasz składać modele samolotów, czyli ogólnie rzecz ujmując, Twoje hobby to modelarstwo. Możesz przy tym spędzać całe godziny. Dotychczasowe szkoły, które ukończyłeś, były z obszaru ekonomii. Pierwsza praca, którą podjąłeś, dotyczyła logistyki komputerowej w sieciowej firmie posiadającej 20 punktów zwanych marketami. Drugą pracą porzuconą przez Ciebie było składanie przy linii montażowej podzespołów do obrabiarek. Teraz chcesz założyć własną firmę. Jak można wykorzystać zdobyte doświadczenie do tego, co chcesz robić teraz?

Modelarstwo, ekonomia, logistyka sieci sprzedaży, produkcja — wiesz, jak powinna wyglądać dobrze zorganizowana sieć, napatrzyłeś się na procesy produkcyjne, masz podstawową wiedzę ekonomiczną i uwielbiasz modelarstwo. Podaruję już sobie wyciąganie wniosków, co można by z tego stworzyć. Pomyśl sam. Rób to, na czym się znasz, bo zdobyte przez Ciebie doświadczenia zawodowe to nie jest przypadek.

Wykorzystaj swoje uczucia

W podjęciu jakiejkolwiek decyzji zawsze pomogą własne uczucia. Procedura jest bardzo prosta. Po prostu zadając pytanie: „Czy takie rozwiązanie będzie dla mnie dobre?”, wsłuchujesz się w siebie i szu-

kasz uczuć, które się pojawią po podaniu rozwiązania. Nasza intuicja jest doskonałym narzędziem, tylko trzeba z nią pracować. Jak każdy narząd, jeśli jest używany, rozwija się, jeśli nie — zanika. Jeśli na przykład zastanawiasz się nad jakimś biznesem, analizując, czy byłby dla Ciebie odpowiedni, z całą pewnością zaczniesz wizualizować jakieś sceny. Że na przykład obsługujesz klienta, ustalasz coś, podejmujesz jakąś decyzję, wczuwając się w rolę przyszłego właściciela. Zwróć wtedy uwagę, jak się z tym czujesz. Albo będzie fajnie i przyjemnie, albo obojętnie, albo coś w środku będzie ściskało żołądek, albo pojawi się taki nieduży strach. Reakcje mogą być różne. To dobre wskazówki, bo płynące z Twojego wnętrza. Jeśli coś mówi Ci, że to nie jest to, na co czekałeś, szukaj dalej. Podczas podejmowania decyzji czy podczas procesu poszukiwania słuchaj swojego wewnętrznego głosu.

Spójrz w przyszłość

Poruszyliśmy już temat wizji tego, jak ma wyglądać Twoja firma za jakiś czas. A jak ma wyglądać Twoje życie? Popatrz w przyszłość i zastanów się nad tym. Po co? Z wielu różnych powodów, ale ten dotyczący firmy zobrazuję znowu na przykładzie. Załóżmy, że w wieku 40 lat chcesz przejść na emeryturę i chcesz, aby Twój biznes dalej zarabiał i dostarczał Ci środków na utrzymanie i dostatnie życie. W związku z tym, że tak się potoczyło, zdobyłeś zawód stomatologa. Cały czas zawodowy został poświęcany na leczenie pacjentów i pobieraniu za to należytego wynagrodzenia. Mija 40. rok życia i okazuje się, że nie bardzo możesz zrezygnować z pracy i przejść na emeryturę, bo jeśli przestaniesz pracować, to źródło Twoich przychodów związanych z pracą zniknie. To częsty przypadek osób samozatrudnionych, które zakładając firmę, muszą wciąż pracować, żeby, mówiąc krótko, były pieniążki. Nie ma w tym nic

złego, jeśli ktoś tak zdecydował sam, ale jeśli niby życie tak zdecydowało, to może być to niekoniecznie zgodne z naszymi oczekiwaniami. I tak, nawiasem mówiąc, to zawsze sami decydujemy o naszej przyszłości, przypadki nie istnieją, a to, co jest dzisiaj, jest tylko wynikiem tego, co zrobiliśmy w przeszłości. Jak sobie pościelisz, tak się wyśpisz.

Żeby więc nie było później przykrych niespodzianek, musisz wiedzieć, dokąd idziesz, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym.

Rozwijaj swoje talenty

Hobby, zainteresowania, pasje to jedno. Nabyte umiejętności to drugie, a talenty i predyspozycje to trzecie. Rozwijaj w sobie to, co przychodzi Ci naturalnie i łatwo. Często talenty idą w parze z hobby, ale jeśli nie, to zdefiniuj, w czym jesteś lepszy niż inni. Czy są takie elementy, uzdolnienia, predyspozycje, sytuacje, z którymi inni mieli kłopot, a Ty nie? Szukaj w przeszłości. Mogą to być rozwiązane problemy, zażegnane spory, wykopane doły, zorganizowane wyjazdy, wymyślone rozwiązania. Szukaj, dopóki nie znajdziesz. Jeśli niczego nie możesz znaleźć, to znaczy, że nie szukałeś zbyt dokładnie. Każdy z nas jest na swój sposób wyjątkowy, mamy różne uzdolnienia, różne predyspozycje. Nie musiałeś być mistrzem szkoły w skoku do wody, ale mogłeś sobie doskonale radzić z krzyżówkami. Może podejście do zwierząt, może łatwość zapamiętywania dat, faktów, a może zwykły spokój i odporność na znęcanie się. Jak spokój i odporność na znęcanie się może tu być zaletą? Może być ogromną, jeśli założysz poradnię dla dzieci, które padły ofiarą przemocy. Niczego nie chcę sugerować, bo to ma być Twój wybór. Ale jest z całą pewnością bardzo wiele elementów, które możesz wykorzystać. Każdy człowiek

ma w sobie jakiś talent, tylko niektórym potrzeba dużo czasu, by go wydobyć ze swojego wnętrza.

Pisz i myśl, pisz i myśl, pisz i myśl

Teoria teorią, a działanie działaniem. Co teraz? Trzeba pomyśleć. Proponuję ćwiczenie, które podsumuje wszystkie te punkty. Jedną z nieocenionych umiejętności, która może stać się nawykiem, czego Ci serdecznie życzę, jest umiejętność pracy z kartką i ołówkiem. Pisz jak najwięcej, a pisząc, myśl nad tym, co piszesz. Musiałem długo dojrzewać, żeby pojąć, jak przydatna to metoda. Nie wszystko jest jasne, kiedy przeprowadzamy tylko proces myślowy. Trzeba pisać, bo wtedy całość rozpracowywanego zagadnienia jest klarowniejsza i bardziej oczywista. Pisząc, wychwytujemy ewentualne sprzeczności i nielogiczności, które mogą się wkradać w proces analizy i dedukcji. Tak więc ostatnim zaleceniem tego podrozdziału jest właśnie to, żeby pisać i myśleć. Jeszcze jedna uwaga: nie martw się o to, że napiszesz zbyt dużo, albo coś, czego nie chcesz. Sugeruję, aby wykonywać ćwiczenia na bieżąco, a po zakończeniu całego procesu jeszcze raz do nich wrócić i już z całością zdobytej wiedzy skorygować plan. To uświadomi Ci, jak zmieniają się nasze wyobrażenia pod wpływem nowo poznanych faktów i coraz to innych założeń.

Wypisz teraz, co jest Twoim hobby, jakie masz pasje, co uwielbiasz robić.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Opisz własnymi słowami swój typ osobowości. Nie sugeruj się fachowymi słowami i określeniami. Pisz tak, żeby rozumieć, co piszesz.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zapisz teraz, na czym się znasz. Skończone szkoły, doświadczenia zawodowe.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Twoje talenty i uzdolnienia.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Podejmij ostateczną decyzję

Czas na wnioski. Analizowanie na tym etapie dobiegło końca. Nawet jeśli jeszcze nie jest całkowicie jasne, czym masz się zająć, uruchamiając swoją firmę, to pewnie jest coraz lepiej. W każdym razie jest już baza do tego, by „przespać się" z tym dylematem. Jeśli już wiesz, co będzie przedmiotem zakładanej przez Ciebie działalności gospodarczej, czas na deklarację, jeśli nie — wstrzymaj się z jej wypełnieniem i wróć do tego punktu w odpowiednim dla Ciebie momencie. Nie będę się teraz rozwodził na temat zasadności wypełniania tego typu deklaracji, bo omówiłem to w OPS. Robimy teraz dwie rzeczy. Składamy deklarację, czym mamy się zająć, i podejmujemy decyzję, że nigdy się nie poddamy, dopóki nie zrealizujemy tego, co zaplanowaliśmy. Decyzja o tym, że nie spoczniemy, nim nie zrealizujemy naszego przedsięwzięcia, ma spalić za nami mentalne mosty, gdyby przyszło myśleć o odwrocie. Nie ma odwrotu — albo zakładamy firmę, albo nie.

Deklaracja

Ja.....(*tu wpisujesz własne imię i nazwisko*) deklaruję , że założę firmę

.....

.....

.....

.....

.....

.....

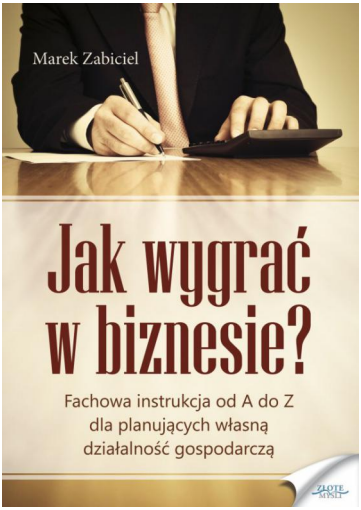
.....(*i tu*

wpisujesz, czym firma będzie się zajmowała) oraz że nie poddam się, zanim moja firma nie stanie się rzeczywistością.

Data.....

Podpis.....

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



W Polsce rozpoczyna działalność kilkadziesiąt tysięcy firm rocznie. Problem w tym, że jedynie część z nich powstaje na fundamentach rzetelnej wiedzy biznesowej i solidnego przygotowania ich właścicieli. „Jak wygrać w biznesie" to praktyczny poradnik na temat nie tyle zakładania firmy, co całego procesu obejmującego: - przygotowanie pomysłu na biznes do wcielenia w życie, - założenie działalności gospodarczej oraz pierwsze kroki na rynku, - studium „inkubacji" firmy w warunkach biznesowych aż do pierwszej sprzedaży. Książka „Jak wygrać w biznesie?" może również okazać się pomocna dla osób, które już postawiły swoje pierwsze kroki w biznesie. Będzie ona doskonałą okazją do zweryfikowania wcześniejszych działań i upewnienia się co do właściwego kierunku rozwoju. Została ona napisana prostym i przystępnym językiem, zrozumiałym dla osób niemających doświadczenia w biznesie. Jednocześnie obszerny i bardzo konkretny zasób wiedzy zawarty w publikacji pozwala pozbyć się obaw, jakie często towarzyszą początkującym przedsiębiorcom. Jeśli masz pomysł na biznes lub chcesz założyć własną firmę, ale nie wiesz, od czego zacząć, z tej publikacji dowiesz się: - Jak odpowiednio przygotować się do prowadzenia firmy? Znajdziesz tu dokładny plan działania, opisujący szczegółowo wszystkie etapy począwszy od wyboru pomysłu na biznes, po doprecyzowanie najistotniejszych warunków powodzenia i analizę rynku. - Jak założyć firmę, znaleźć i wyposażyć biuro, zatrudnić pracowników? „Jak wygrać w biznesie?" jest zarazem bardzo praktycznym „poradnikiem operacyjnym", przeprowadzającym krok po kroku przez wybór najodpowiedniejszej formy prawnej, formalności związane z rejestracją firmy oraz pozostałe przygotowania do startu w warunkach rynkowych. - Jak skutecznie zacząć działalność, by odnieść sukces? Najistotniejszy etap w budowie firmy następuje tuż po jej zarejestrowaniu, gdy już będzie gotowa do pracy. W tym momencie bowiem stajesz przed najważniejszym zadaniem: przekonaniem do siebie klientów! Jest to pozycja obowiązkowa dla wszystkich przyszłych, aktualnych i niedoszłych biznesmenów, którzy po prostu chcą wiedzieć „jak wygrywać w biznesie".