

„Kevin Maney – Coś za coś”

Sukces. Często mówi się, że ktoś lub coś jest po prostu na niego skazane. Czy tak jest w rzeczywistości? Czy o sukces dziś łatwo? Czy da się sprzedać dziś wszystko przy odpowiednim podejściu? Pytania jak te można multiplikować w nieskończoność i pozostawić je bez odpowiedzi. Ale można też postawić inne i jednocześnie znaleźć na nie odpowiedzi. Na pewno pomocna będzie w tych poszukiwaniach najnowsza książka Kevina Maneya „Coś za coś”.

Już na samym jej początku autor stawia pytanie w podtytule o to, dlaczego niektóre produkty odnoszą sukces, a inne nie. A produktem w dzisiejszym świecie może być praktycznie wszystko. Od puszki napoju po turbinę. Od usługi po umiejętności konkretnego człowieka; a nawet sam człowiek. Jak to wygląda w rzeczywistości?

Kevin Maney to dziennikarz, który zasługuje w sposób szczególny na uwagę. Ot chociażby za swoją przenikliwość. Już w 1992 roku przewidział np. że usunięcie Steve’a Jobs’a z Apple będzie błędem. Bardzo szybko można było się przekonać, że miał rację. I jeśli ta referencja uwiarygadnia go w naszych oczach, warto sięgnąć w głąb książki. Bo to dopiero początek tego, co możemy w niej znaleźć. Zwłaszcza, że Maney, to wyjątkowo zdolny obserwator ludzi i ich motywacji. Szybko i niezwykle celnie formułujący wnioski; umiejący z różnych wydarzeń, które relacjonował podczas swojej dziennikarskiej pracy, wydobyć ich prawdziwe znaczenie i rządzące nimi reguły. Dzięki swojej wnikliwości potrafi znaleźć cechy wspólne dla biznesowych zwycięzców, którzy skupiają się w swoich działaniach tylko na tym, na czym znają się najlepiej, zamiast – jak wielu – „rozmieniać się na drobne”.

Książka Maneya nie daje prostych rad. Tu nic nie jest podane na tacy. To książka dla tych, którym chce się chcieć; którzy nie tylko po nią sięgną, ale też zaczną zadawać pytania i podejmować decyzje. Bo autor zachęca w niej ciągle do odwagi zarówno w jednym, jak i w drugim; daje nam narzędzie, z którego – jeśli zechcemy – możemy skorzystać. Ważne, żeby robić to konsekwentnie. Bo wg. autora książki to jedna z najważniejszych cech/kompetencji. Jego wskazówki mają zastosowanie w każdej organizacji, bez względu na jej charakter i specyfikę, jak również w odniesieniu do pojedynczego człowieka. Wszystko po to, by wzbić się ponad przeciętność. Bo dzisiejszy świat nie potrzebuje przeciętności; wręcz jej nie toleruje. Paradoksalnie jednak większość ludzi i firm godzi się na przeciętność. Oprócz narzekania nie podejmują jakiegokolwiek działania, by ten stan rzeczy zmienić. Na szczęście są tacy, którzy to robią. Wykorzystują coś, co Maney zaczerpnął z koncepcji jeża opisywanej przez Jima Collinsa w „Od dobrego do wielkiego”, gdzie liczą się tak naprawdę 3 elementy: pasja, wrodzone predyspozycje i wartościowy

wkład. Poza tym jest jeszcze jedna rzecz; tajemnicze słowo „wymiana”. Upraszczając, chodzi w nim o to, że nasz odbiorca „produktu” oczekuje tak naprawdę jednego z dwóch elementów: albo wysokiej jakości, albo po prostu dostępności; takiej na żądanie. To jest to „coś za coś” zaszyte już w tytule tej publikacji, a na czym później (wybierając jedną z dróg) można budować strategię czy to organizacji, czy samego siebie jako człowieka, by w odpowiedni sposób „sprzedać” ją innym/światu. Jak przekonuje Maney, tradycyjne podejście do biznesu, w którym chcemy zapewnić i wysoką jakość i jednocześnie pełną dostępność, to błąd. W tym przypadku należy uwierzyć w to, że nie można mieć wszystkiego. Albo właśnie „zgarnąć główną nagrodę” właśnie dzięki temu, że nie chcemy mieć wszystkiego. Co ciekawe to że teraz wybierzemy np. jakość nie oznacza, że w przyszłości nie warto będzie wybrać dostępności. Trzeba być zatem gotowym na zmianę. W końcu nie żyjemy w próżni, a rzeczywistość wokół nas jest niezwykle dynamiczna. Takich zmian, stosowania zasady „coś za coś”, na poziomie mikro dokonujemy dziesiątki razy każdego dnia. Dlaczego zatem tego, co sprawdza się w skali mikro i co mamy świetnie – wbrew pozorom opanowane – nie przenieść do większej skali? A jak się sprawdzi, do jeszcze większej? Dzięki temu nasz sukces może być coraz większy. Oczywiście pamiętajmy, że będziemy poruszać się nie po osi X i Y, jak obrazuje się to w klasycznych modelach biznesowych, ale po jednej z nich. Po której, to już zależy od nas. Bo to my musimy podjąć decyzję, czy zależy nam na pełni przeżyć (jakość), czy na łatwości zdobycia (dostępność). Dzięki książce możemy pozbyć się uprzedzeń w stosunku do takiego myślenia i uwierzyć, że to naprawdę ma sens i rzeczywiście tak działa. I albo będziemy szli w kierunku Wal-Mart (dostępność, ale marna jakość), albo w kierunku np. samochodu Tesla (wysoka jakość, ale prawie żadna dostępność). Na marginesie, niedawno świat motoryzacyjny obiegła informacja, że ta luksusowa elektryczna limuzyna została sprzedana (wszystkie 6.500 egzemplarzy), zanim trafiła na rynek. I choć nie jest to przykład z omawianej książki, to jednak odzwierciedla zawarte w niej przesłanie. A przykłady takie można mnożyć. Zatem to, co opisuje autor i co proponuje każdemu z nas, to nie jakieś teoretyczne brednie, ale konkluzje będące wynikiem obserwacji tych, którym się udało i którzy naprawdę odnieśli sukces. I jeśli ktoś planuje do nich dołączyć, na pewno nie zaszkodzi, jak sięgnie po „Coś za coś”; i dokona wyboru: Superjakość czy Superdostępność. I niezależnie od podejścia, które wybierze, w każdym z nich jest zaszyta szansa. A jeśli dokona wyboru i dołoży do niej ponadprzeciętną konsekwencję, to dokona zmian, których warto dokonać. Dla organizacji, dla innych i przede wszystkim dla siebie.

Zbigniew Brzeziński

Prezes Zarządu

Simple Solution Sp. z o.o.