

PODNIKATEL NA KONCI ROLE

Jak (znovu) nastartovat
firmu, když už nevíte
kudy dál



Mike
Michalowicz

Podnikatel na konci role

Jak (znovu) nastartovat firmu, když nevíte kudy dál

Mike Michalowicz

Podle anglického originálu **The Toilet Paper Entrepreneur: The tell-it-like-it-is guide to cleaning up in business, even if you are at the end of your roll** vydaného roku 2008 nakladatelstvím Obsidian Launch vydalo nakladatelství Blue Vision v Praze roku 2014.

Všechna práva na reprodukci knihy nebo jakékoliv její části jsou vyhrazena.

Copyright © Mike Michalowicz
All rights reserved.

Překlad: Petr Miklica
Odpovědný redaktor: Martin Kysela
Obálka: Simon Anfilov
Sazba: Lucie Matějčíková
Vytiskl: PBtisk, a.s., Příbram
Vydání první

Blue Vision, s.r.o.
Kaprova 42/14
110 00 Praha 1 - Staré Město
www.bluevision.cz
redakce@bluevision.cz

Knihy vyšla také elektronicky.

ISBN 978-80-87672-11-2

Obsah

Předmluva	5
ÚVOD	7
ČÁST JEDNA: PŘESVĚDČENÍ	17
KAPITOLA 1 – VOLÁNÍ PŘÍRODY	19
KAPITOLA 2 – TROCHU KLIDU A MÍRU (VE VAŠÍ MYSLI)	29
KAPITOLA 3 – OHEŇ V BŘIŠE	43
ČÁST DVĚ: ZAMĚŘENÍ NKR	53
KAPITOLA 4 – DOSTÁVÁME SE K PODNIKÁNÍ	55
KAPITOLA 5 – VŠE SE TOČÍ KOLEM PRAVIDELNOSTI	71
ČÁST TŘI: AKCE	93
KAPITOLA 6 – UŽ JSTE PŘIPRAVENI?	95
KAPITOLA 7 – POLOŽTE KABEL A PRYČ Z NOČNÍKU	105
ČÁST ČTYŘI: PENÍZE A MAJETEK	119
KAPITOLA 8 – OČISTA SE TŘEMI DÍLKY	121
KAPITOLA 9 – DOBRÝ, SOLIDNÍ TOK PENĚŽ	133
KAPITOLA 10 – NECHTE SI SVŮJ PODNIK PRO SEBE	139
BONUS – Výhoda mládí (a mladého srdce)	147
Nepříliš skrytý bonusový oddíl	153

VĚNOVÁNÍ

Kristě, Tylerovi, Adayle a Jakeu Michalowiczovi – díky, že jste mi byli jednoznačnou oporou a nechali jste mě vyspat po spoustě probdělých nocí nad tímto projektem.

Úspěch není nikdy výsledkem úsilí jedné osoby. Nikdy. Potřebuje tým. Děkuji vám, týme. Děkuji vám z hloubi svého srdce.

Patty Zanelliové, Anjanette Harperové, Mini Sankarovi, Mattu Maherovi, Scottu Bradleymu, Stephanii Cavatarové, Howardu Hirschovi, Lauren Lombardové, Seanu Moriartymu, Lise Masonové, Mikeu Maddockovi, Zachu Smithovi a každému, kdo mi pomohl napsat tuto úžasnou knihu – mockrát vám děkuji, že jste popadli kameny a udělali z nich sochu. Nikdy nepřestanu žasnout nad tím, kolik toho dokáže udělat malá, soustředěná, neúnavná a nadšená skupina lidí.

Všem. Pro tuto chvíli máme hotovo, než si masy řeknou o další knihu!

(Jste-li jedním nebo jednou z těchto mas, nestydte se říct si o další knihu.)

Předmluva

Všichni mi říkali, že bych si měl nechat napsat předmluvu od nějakého velkého zvířete. Vypadá to, že má kniha bude tak trochu rozporuplná, tak trochu neomalená a bude v ní menší dávka záchodového humoru – jinými slovy: žádná předmluva.

Jsem ovšem podnikatel na konci role (NKR). Dokázal jsem to. Proto jsem si taky zatraceně napsal sám předmluvu. Je to takový rychlopřehled vlastností podnikatele na konci role – vše, co musíte ztělesňovat, chcete-li být jedním z lidí, kteří mají úspěh v podnikání.

Zde je mých osm hlavních vlastností NKR:

1. **NKR si pěstuje silné přesvědčení** – NKR ví, že úspěh je téměř ze 100 % podmíněn jeho přesvědčením, nikoliv vzděláním, prostředky či okolnostmi. Jestliže NKR věří, že něčeho dosáhne, a podloží to neúnavnou, vytrvalou činností, stane se to.
2. **NKR je nadšenec** – NKR vždy jednoznačně pracuje v oblasti, která ho naplňuje nadšením. Toto nadšení nemusí být zjevné nebo nápadné náhodnému pozorovateli, ale NKR je vnímá.
3. **NKR se uchyluje k neuvážené akci** – NKR dává vždy přednost jednání před poklidným sezením. Pokud jedná příliš brzy, může se spálit, ale NKR se nevyhnutelně dočkávají odměny za jednání předčasné, nikoliv opožděné.
4. **NKR vytěží z minima maximum** – NKR odhalí těch svých několik málo pozitivních vlastností a vydoluje z nich, co se dá. Všechno, co mu nejde, přehodí na druhé.
5. **NKR dává přednost důvtipu před penězi** – Peníze mohou být jako droga, která dočasně vyřeší všechny vaše problémy. Peníze vám umožňují páchat pitomosti bez bolestivých následků, ovšem stále zůstáváte pitomci. NKR ví, že mistrné podnikání vychází z důvtipu a z toho, že se striktně soustředíte na svůj cíl.
6. **NKR ovládne mezeru na trhu** – NKR si vybere trh, kde je slabá konkurence nebo který neposkytuje tu část produktů, služeb a hodnot, které může poskytovat NKR. Pak NKR tuto mezeru na trhu ovládne.

7. **NKR v sobě snoubí dlouhodobé soustředění se na cíl s krátkodobou akcí** – NKR s naprostou jistotou ví, kde je jeho konečný cíl, ale nemá podrobný plán, jak se tam krok za krokem dostat. Místo toho NKR jedná v krátkodobém měřítku (v 90denních etapách) s cílem dosáhnout podstatného pokroku. Po jedné etapě přehodnotí cíle, vytvoří si plány na dalších 90 dní a uskuteční je.
8. **NKR není normální** – NKR jsou hazardéři. Jsou mírně divní a možná i lehce blázni. Každopádně jsou jiní. NKR se nedrží pravidel a není vázán společenskými normami. Dokáže vytěžit z dané situace, co se dá.

Poznáváte se v uvedeném seznamu? Pokud ano nebo pokud byste si přáli takoví být, tato kniha změní váš svět...

ÚVOD

„Svět je tvárnější, než si myslíte, a jen čeká, až vezmete kladivo a vetknete mu formu.“

– Bono

Jsem unavený... unavený ze stovek, ne-li tisícovek knih o podnikání, které jsou plné hesel, ale nemají obsah. Většina těchto knih by se dala vydestilovat do jedné či dvou stránek hodnotného obsahu. S jinými byste si tak akorát mohli vytřít zadek.

Nejsem schopen vám říct, kolika knihami jsem se začal prokousávat a za pár minut zjistil, že se „nudím“. Nakonec jsem to vzdal. Jen pár vybraných knih o podnikání je opravdu skvělých a má smysl je přečíst od začátku do konce.

Cílem mé knihy *Podnikatel na konci role* je být jiný, mnohem lepší než tradiční knihy o podnikání a vyčpělá středoškolská rétorika, a to od prvního až do posledního slova. V této knize nenajdete zastaralé koncepce ani „optimalizovanou metodiku podnikatelské praxe“. Kniha popisuje situaci přímo v zákopech. Dal jsem do ní veškeré své úsilí, zkušenosti i zdroje, aby se *Podnikatel na konci role* stal jednou z nejlepších knih. Jestli se to povedlo, rozhodněte sami.

Tato kniha je o tom, jak se stát skutečným podnikatelem, a současně je to kladivo na škarohlídy. Nakopne vás do zadku a přinutí vás sebrat se a něco dělat.

Čím méně máte něčeho důležitého, tím nezbytnějším se to stává a tím moudřejší to musíte používat. To platí o všem – o lásce, jídle, penězích a dokonce i (a to zejména) o toaletním papíru.

Už jste vykonávali potřebu s kalhotami omotanými kolem kotníků, a když jste byli připraveni se zvednout, zjistili jste, že máte nesmírně málo toaletního papíru? Neříkejte, že ne! Víte naprosto přesně, o čem mluvím. Tři dílky potrhaného toaletáku visí z role, jako by se vám vy-smívaly.

To je ale pozice dost na prd (slovní hříčka je záměrná). Existují zhruba tak dvě až tři řešení. Můžete volat o pomoc, což je sice HODNĚ trapné, ale je to řešení. Samozřejmě se můžete pustit do ponižujícího, nahrbeného plazení se přískokem vpřed a přitom se modlit, že někde poblíž najdete další roli. Sice horror, ale taky řešení. Poslední možnost,

obvykle tou nejlepší, je vyjít s tím, co máte. A když zapojíte svůj podnikavý mozek, rychle přijdete na to, že máte mnohem víc než jen tři dílky.

Podívejme se na to podrobně. Uchýlíte se k poslední variantě a rozhodnete se vyjít s tím, co máte. Buďme upřímní – každý ví, že se třemi dílky nevystačíte. Popřemýšlejte tedy, co byste tak ještě mohli... malý okamžik. No ano!!! Jo! Odpadkový koš. Rázem je z vás špičkový gymnasta, který provádí vzpor obouruč s roznožením na koni s madly. Vzepréte se a natáhnete nohu. Jen ji... natáhnout... dost daleko. Noha se vám chvěje námahou, nejspíše nabíráte prsty u nohou odpadkový koš a začínáte ho přitahovat k sobě. „No tak, pojď hezky ke mně,“ opakujete si pořád dokola.

A pak přijde čas prozkoumat nově nalezený poklad. Použitý kapesník. Dobře, velmi dobře. Čisticí vatová tyčinka. Ach, jak nelidské! Ale použitelné, když je třeba. Pár vatových tamponů. Ano, s tím se dá něco dělat. A... zubní nit? Ani náhodou! Na zubní nit nepřistoupíte. Díky třem kouskům toaletáku, pár vatovým tamponům, použitému kapesníku a několika štouchům čisticí vatovou tyčinkou můžete čerství a spokojení znovu čelit světu. Samozřejmě že tam nedáte novou roli pro toho, kdo přijde po vás. Ať si poradí, jak umí!

Zde ale příběh nekončí. Až půjdete na záchod příště, ihned si zkontrolujete zásobu toaletáku. Když teď máte pořádnou zásobu, trháte papír, až z něj létají cucky. Za pár týdnů po „incidentu“ se ovšem vrátíte ke starým návykům a přestane vás doprovázet ona prchavá myšlenka, že byste se mohli octnout v překerní situaci. Samozřejmě netrvá dlouho a opět se ocitáte s kalhotami u kolen, prázdnou rolí a na rtech s vroucím přáním, abyste tentokrát nemuseli použít zubní nit.

Vnímáte to úžasné ponaučení, které z toho plyne pro podnikatele? V tomto nejnáročnějším a zároveň nejlidštějším okamžiku každý z nás prokazuje neohraničenou schopnost tahat „zázraky“ z rukávu – tedy z odpadkového koše. Jakmile doopravdy nemáme možnost jen tak vstát a odejít, najdeme si způsob, jak si poradit. Se třemi dílky papíru, pár nálezy z koše a možná i roztrhanou kartonovou ruličkou se nemožné stává velmi možným.

Až to nahání hrůzu, jak přemýšliví a inovativní dokážeme být, když nám dojdou zásoby. Ale současně je ohromující, jak rychle dokážeme spotřebovat a vyplýtvat zdroje, když jich máme na první pohled dost. Problém je v naší hlavě. Když víme, že je něčeho nadbytek v konkrétním okamžiku (např. celá role toaletáku), přetransformujeme to ve své

hlavě do podoby trvalého nadbytku (např. nekonečné zásoby toaletáku na dosah ruky.) Tím pádem vyplýváme, co máme. A co je ještě horší – ani se nepodíváme, jestli nám to nedochází. Prostě dojdeme k závěru, že tam je. Sedíme si, vykonáváme potřebu a POTOM sáhneme do prázdna. Zatraceně! Už je to tu zas.

Ale co kdyby pokaždé, když se posadíte, byly na ruličce jenom tři dílky toaletního papíru? Kdybyste vždy očekávali omezené zdroje, rychle byste se naučili být při očištění velmi opatrní, vždycky. Stejně tak byste si zatraceně dali pozor na to, abyste ještě před odmotáváním papíru měli koš v klíně. Možná byste dokonce upravili své chování, abyste v sobě vše udrželi, možná byste ještě cestou domů udělali další zastávky, nebo byste třeba pojedli víc rýže. Vaše myšlení, vaše soustředění a vaše jednání by se změnila tak, abyste měli méně práce – nebo utírání.

Váš úspěch je zcela podmíněn vaší schopností oprostít se od jednoho jediného přístupu, který praktikují všichni ostatní. Váš úspěch je zcela podmíněn tím, jak používáte své myšlení, jak se vypořádáte s důležitými zdroji a jak rozhodně budete jednat při dosahování „nemožného“ s velmi malým objemem tradičních zdrojů. Váš úspěch je naprosto závislý ne na tom, že se vzdáte a budete čekat, než se objeví další role, ale na tom, že si poradíte s tím, co máte. Lidé, kteří se rozhodli zvládnout tuto dovednost a zapojit ji do svého podnikání, patří k tomu hrdému málu zvanému podnikatelé na konci role!

Podnikatel na konci role není dílo pro běžně přemýšlející lidi

Podnikatel na konci role není pro útlocitné ani pro lidi se slabým ža-ludkem, když už jsme u toho. Kniha je pro lidi, kteří touží dosáhnout úspěchu v podnikání, vědí, že to bude tvrdé, a mají dost odvahy, aby vytrvali. Není pro snílky ani tlučhuby. Tato kniha NENÍ pro lidi, kteří chtějí „vyzkoušet“ něco nového jednoduše jen proto, aby odhalili všechny „problémy“ a dokázali tak, že pravdu měli oni. Koho se to týká, jistě se už poznal. A tato kniha rozhodně není pro lidi, kteří si myslí, že jediná kniha či soubor materiálů je dostane ze dna až na vrchol.

Tato kniha je pro lidi, kteří chtějí zpochybnit stávající řád. Tato kniha je pro ty, kteří se chtějí něco naučit, chtějí toho využít k rozvinutí svých sil a pak se s pomocí naučeného vydat naplno k cíli. Ještě důležitější je, že tato kniha je pro lidi, kteří přebírají výhradní zodpovědnost za vlastní úspěch či selhání. Úspěch v podnikání nestojí na tom, že

máte pravdu, ale na vašem nasazení. Chcete tedy mít pravdu, nebo být úspěšní? Já volím úspěch.

Váš úspěch závisí na vás

Jistota celoživotní kariéry u velké společnosti padla už dávno spolu s posledním výdechem gigantu jménem Enron. Bezpečí, radost a veškerá další pozitiva vám přináší život podnikatele. Přemýšlejte o tom: nikomu nemůžete věřit víc než sobě a stejně tak nemůžete být na nikom víc závislí. A já se vsadím, že už teď máte všechny ty dovednosti, které potřebujete k rozjezdu – pravděpodobně byste jen potřebovali ujistit, co všechno už máte, a taky byste potřebovali pořádně nakopnout. To je má práce.

Je na čase, abyste slyšeli pravdu, a ne nějaké sladké nesmysly nebo pravidla rychlého úspěchu. Rozjet a vybudovat společnost je zatraceně těžké. Nahání to strach, zabírá to čas, je to frustrující a občas vyčerpávající. A zcela upřímně vám řeknu, že to můžete podělat a finančně se zruinovat. Ale finanční katastrofa není pravděpodobná, pokud se tvrdě a s nasazením vydáte na cestu k vlastnímu úspěchu. Pokud využijete své silné stránky, můžete vybudovat firmu, která vám naplní peněženku i duši. Firmu, která vás potěší a osvobodí. Máte-li cíl, je tato kniha mapou.

Nemohu se ovšem na tu cestu vydat bez vás. Musíte být ochotní zkusit si něco nového, dostat se za vámi vnímané mantinely a růst. Odpovědnost za vlastní podnikatelské zkušenosti leží přímo na vašich bedrech. Pokorní jednoho dne zdědí zemi, ale buďte si zatraceně jistí, že to nebudou podnikatelé.

Sám jsem si vyzkoušel, jaké to je vystavět si z ničeho tři vlastní firmy, fungoval jsem jako partner při rozjezdu spousty dalších a prostudoval jsem stovky rozjezdů. Přitom jsem odhalil společné rysy rozjezdu úspěšných firem, na které v této knize upozorňuji. Jednu z těch věcí vám řeknu teď hned: rozhodně to není tradiční myšlení. Zapomeňte tedy, co vás učili na obchodní škole, pusťte z hlavy to, co si myslíte, že víte o rozjezdu firmy, a hoďte za hlavu metodu správy peněz svého tatky. Je tady nová generace podnikatelů a nastal čas na nové *pracovní postupy*.

Jste připraveni se do toho opřít?

MŮJ PŘÍBĚH SE TŘEMI DÍLKY PAPIŘU

Facebook, Google a YouTube vyletěly jako střely k neuvěřitelnému úspěchu rychleji, než jste stačili říct „heršvec“. Jejich cena se počítá ve stamilionech, v miliardách a možná ve stamiliardách. Překvapivé na tom je, že jejich zakladatelům bylo v době rozjezdu něco přes dvacet A PŘITOM vydělali balíky peněz. Heršvec! Jejich úspěch je úžasný a za to se jim také dostává velmi slušného pokrytí ze strany médií. Jsou oslavováni jako ti nejlepší z nejlepších a jako základní pilíře nové ekonomiky.

Mé zkušenosti byly jiné. O dost jiné. A hlavní rozdíl mezi mým příběhem a těmito „médií zbožňovanými podnikateli“ (MZP) spočívá v tom, *jak* jsme rozjížděli a budovali své firmy. K tomu se ale dostaneme později. Úspěchy podnikatelů na konci role se stávají zřídka předmetem diskusí. Tím méně jsou pak oslavovány v médiích. Přesto jsou to právě tito „každodenní“ podnikatelé, kdo pomalu, ale jistě kráčí dál, vytváří úžasné firmy a dosahují pozoruhodných výsledků.

Google není „každodenní realita“, protože nepředstavuje typický příklad. Jeho úspěchu ovšem může dosáhnout i vaše firma, budete-li tomu skutečně věřit (k tomu víc později). Google také nemusí být vnímán jako *jediná* cesta k úspěchu, ale prostě jen jako jedna z cest.

Existuje spousta dalších cest, po kterých se vydávají lidé jako vy, ať už známí, nebo neznámí. To jsou cesty NKR. Někteří z nich jsou hodně známí, jako například Bill Hewlett a David Packard, kteří založili svou firmu s 538 dolary a dílnou v garáži, zatímco dnes spravují výnosný konglomerát v hodnotě 100 miliard dolarů. Někteří z nich jsou ovšem méně známí, například Brian Scudamore z 1-800-GOT-JUNK?, který se jednou v létě zasnul a ze snu vybudoval podnikání v odpadech, jehož výnosy se blíží dvousetmilionové hranici. Dave Packard, Bill Hewlett i Brian Scudamore jsou všichni podnikatelé na konci role. Stejně tak i já. A předpokládám, že vy též.

Jsem tu, abych vám vyprávěl jejich příběhy. A taky příběhy dalších i poučení, která jsem si z nich odnesl. Jsem tu, abych vám sdělil skutečnou podstatu jejich úspěšného podnikání. Je napuchlá spoustou selhání, nasáklá skutečným pokrokem, poznamenaná chybami a okoreněná významnými úspěchy.

Kdo vlastně jsem, že vám chci vyprávět o těchto věcech? Jsem *Podnikatel na konci role*. Má cesta, to byla zákopová válka. Ale naučil jsem se, jak se ze všeho dostat a udělat díru do světa. Občas to byla zábava, často boj, ale mému podnikatelskému dobrodružství rozhodně chybí dost do oslnivého lesku. Dokonce jsem se se svou manželkou a malým dítětem přestěhoval do vesničky plné důchodců, abych ušetřil. Na tom určitě není nic oslnivého, to mi věřte. Pokud tedy nemáte rádi shuffleboard a zatuchlinou páchnoucí staré lidi.

A také jsem jednou či dvakrát uvízl na záchodové míse. Pracoval jsem čtyřicet osm hodin v kuse, protože jsem musel, a spal v klientově zasedačce, abych ušetřil za hotel. A teď, když to píšu, sedím u opotřebeného psacího stolu, který jsem si odněkud odnesl, abych ušetřil, i když mám víc než dost na to, abych vymetl specializovanou prodejnu kancelářského nábytku.

Je jisté, že vaše cesta bude víc podobná té mé než třeba cestě Marka Zuckerberga z Facebooku. Chci ale, abyste věděli, že úspěchu se dá dosáhnout, když se vydáte po jakékoliv cestě. Abyste mohli kráčet vítězně, nepotřebujete k tomu „plnou roli“. Můžete to zvládnout s pouhými třemi dílky toaletáku. A nezáleží na tom, jakou cestu si vyberete. Hlavně po ní musíte kráčet se silným přesvědčením, naprostým soustředěním a obrovským nasazením.

Podívejme se v rychlosti, jak vypadá můj příběh se třemi dílky papíru ve srovnání s MZP:

Médii zbožňovaní podnikatelé	Mikeova cesta „tři dílků“
6 let – Rozjíždí firmu na sekání trávy. Najímá si pubescenty v okolí. Kupuje dům svých rodičů.	6 let – Stále v plenkách.
12 let – Sedí v dozorčí radě velké firmy na výrobu hraček.	12 let – Odvážejí ho do velké nemocnice, protože spolkl hračku.
18 let – Mají o něj zájem ty nejlepší vysoké školy, ale on odmítá a zakládá firmu financovanou rizikovým kapitálem.	18 let – Vybírá si vysokou školu na základě poměru děvčat a chlapců. Nastupuje, ale děvčaty je soustavně odmítán.

Médii zbožňovaní podnikatelé**Mikeova cesta „tří dílků“**

19 let – Zvládá vedení společnosti v hodnotě několika milionů dolarů.

19 let – Zvládá naražení pivního sudu.

21 let – Uskutečňuje první veřejnou nabídku akcií.

21 let – Uskutečňuje návrat domů.

24 let – Odchází na odpočinek.

24 let – Pije příliš mnoho piva a rozjíždí vlastní firmu, protože „takovou věc zvládne každý pitomec“.

24 let a 1 den – Končí s odpočinkem. Následují oslavy.

24 let a 1 den – Rozjíždí novou firmu. Zjišťuje, že takovou věc nezvládne každý pitomec. Následuje panika.

27 let – Dosahuje dalšího úžasného úspěchu, protože to od něj každý čeká.

27 let – Společnost je úspěšná, protože neexistuje jiná alternativa.

30 let – Už se neobjevuje ve zprávách, protože titulky jsou plné jiného 18letého génia.

30 let – Našel svou parketu, rozjel další firmu, roste rychle a jistě.

33 let – Vyhledal psychiatrickou pomoc, potřebuje „najít sám sebe“.

33 let – Našel se! Žije pro to, co ho baví. V podnikání i v životě se mu skvěle daří.

36 let – Píše knihu o svém životním příběhu. Neprodává se. Odchází pracovat pro NKR.

36 let – Inspiruje novou vlnu špičkových podnikatelů – NKR. NKR pokračují v náboru zkrachovalých MZP.

Jakých úspěchů jsem tedy dosáhl? Mám seznam objektivních úspěchů, ale důležitější je, že jsem objevil, co mě baví, a žiju pro to! Miluji rozjezdy firem, rád z nich buduji skvělé společnosti a dělám to rychle! Mám rád outsidersy, ty neopěvované hrdiny, lidi, kteří se zaměřili na své cíle, ale zřejmě nedostali tu správnou příležitost. Rád pomáhám lidem, kteří nemají rovné šance. Ukazuji jim, jak využít své přirozené silné stránky, aby se do toho mohli dát a všem to natřít. Celé mé životní poslání se točí kolem těsné spolupráce se začínajícími podnikateli, kterým pomáhám rozvíjet jejich koncepce tak, aby se stali špičkami

ve svém oboru. Dělán to moc rád. Výsledkem je, že jsem nesmírně šťastný, skvěle si tím vydělám a cítím neustále spoustu energie. Zajistil jsem si tak naráz zdraví, bohatství a štěstí. Pro mne je to můj největší úspěch. Jaký bude ten váš?

Můj seznam objektivních úspěchů

Pokud netoužíte vyčmuchtat si mě s pomocí Googlu, přehled mých úspěchů je zde:

Rozjel jsem svou první firmu, společnost na sestavování počítačů, ve čtyřadvaceti. Prodal jsem ji 31. prosince 2002, prostřednictvím soukromé transakce. Funguje dodnes a daří se jí.

1. ledna 2003 jsem rozjel novou firmu. Ano, hned následující den. Tato společnost se za tři krátké roky dostala na špičku v celonárodním měřítku a následně ji koupila velká obchodní společnost

Svou třetí společnost, Obsidian Launch, jsem rozjel v létě 2005. V té době se ještě jmenovala jinak a byl to jen takový předběžný koncept. Ten se změnil, protože jsem si našel čas zamyslet se nad sebou, zjistit, co mám skutečně rád, a pomalu vybudovat koncepci na svých zájmech a životních cílech. Mé předchozí společnosti, i když byly velmi úspěšné, vyrůstaly na myšlence, že mají být žádoucí pro trh. Nevyužíval jsem ovšem naplno svého talentu ani zájmů. Má poslední společnost na to vše bere ohled, proto jsem spokojený.

Postupoval jsem cestou podnikatele na konci role, na začátku neúmyslně a nevědomky, ale časem záměrně a s maximálním soustředěním. Na této cestě jsem kladl důraz na svá přesvědčení, objevoval a využíval své silné stránky a – což bylo nejdůležitější – nikdy jsem se nepřestal posouvat dál, a to dokonce ani v těch nejtěžších dobách. Výsledky?

Kromě toho, že jsem prodal dvě společnosti za spoustu peněz,

- účastním se jako partner rozjezdu jedné nové společnosti přibližně každé čtyři týdny;
- jsem pravidelným hostem pořadu *The Big Idea with Donny Deutsch* i dalších televizních programů;
- obdržel jsem spoustu podnikatelských ocenění, včetně ocenění Mladý podnikatel roku od SBA (*správní agentura pro malé a střední podniky*);

- dělají se mnou rozhovory do spousty médií na celonárodní úrovni;
- přednáším na některých nejprestižnějších univerzitách v zemi, a to jsem byl na virginské polytechnice jen průměrný student – chápete to?
- jsem autorem této knihy a mám v úmyslu napsat jich mnohem víc;
- a co je nejdůležitější: pokračuji dál v generování výnosů a zisků ve všech svých firmách!

Mým cílem není se tady vytahovat, ale chtěl jsem jednoduše zdůraznit, že když tohle dokážu já, dokážete to i vy. Současně si dejte pozor, abyste nezaměňovali zájem médií s touhou stát mediálními miláčky. Být MZP je něco jiného než pouhý zájem médií. V této skupině jsou lidé, kteří *skutečně* dosáhli svého úspěchu ze dne na den. MZP by měli být oslavováni, o tom není pochyb. Ale neměli by být vnímáni jako nějaká výjimečná skupina.

Pokud chcete, můžete dosáhnout úspěchu a také ho dosáhnete. Stát se úspěšným ze dne na den vyžaduje určitý čas na přípravu. Nakonec můžete dosáhnout každého cíle, jaký si zamanete, a můžete ho dosáhnout tak, že se vydáte cestou podnikatele na konci role.

Já jsem rozhodně nešel cestou MZP a nejde jí ani většina podnikatelů. I vy pravděpodobně rozjždíte svou firmu s pomocí tří dílků toaletáku, křidel a modlitby. Mým úkolem je pomoci vám zbavit se křidel a modlitby. Vaším úkolem je uspět s pomocí tří dílků toaletáku.

No tak už začneme, ne?

ČÁST JEDNA: PŘESVĚDČENÍ

„Bůh neměl čas, aby stvořil nikoho, ale někoho. Věřím, že každý z nás má od Boha nadělený talent, který jen čeká, abychom jej zúročili.“

– Mary Kay Ashová

Na počátku svých prezentací používám osvědčenou demonstraci Jacka Canfielda. Je k ní zapotřebí stodolarové bankovky. Vypadá následovně:

Začnu otázkou: „Kdo tady chce být multimilionářem?“ Celý sál zvedne ruku. „Kdo tady JE multimilionář?“ Ruce jdou dolů. „Kdo chce nějak pozitivně ovlivňovat svět?“ Ruce se zvednou. „Komu se to povedlo?“ Ruce jdou dolů. „Kdo chce být známý tím, jaké dobré věci dokázal?“ Ruce nahoru. „Komu se to povedlo?“ Ruce dolů.

Poté, co účastníkům vysvětlím, že jsou to všechno podnětná přání, ale v daném okamžiku nedosažitelná, zalovím v kapse, vytáhnu stodolarovou bankovku a zvednu ji do vzduchu. Řeknu: „Teď tu máme něco, co všichni vidíme a o čem si můžeme promluvit. Kdo chce tuhle stodolarovku?“ Všechny ruce se zvednou. Zeptám se znovu: „Kdo chce tuhle stodolarovku?“ Ruce zůstávají nahoře, doprovází je udivené pohledy. Zeptám se potřetí a dostanu stejnou odpověď. Často to chce čtyři až pět pokusů, než se jeden člověk nesměle zvedne ze židle, dojde ke mně a opatrně si stodolarovku vezme z mé ruky. Zbytek obecenstva se tváří ohromeně.

Když se majitel stodolarovky vrátí zpět na sedadlo, začneme se zabývat vlastním přesvědčením. I když všichni zvedli ruku a tvrdili, že peníze chtějí, jejich přesvědčení jim bránilo to udělat. Toto přesvědčení je neustále stejné. „Je to trik,“ „Je to trapné,“ „Ucuknul byste“ a „Zaslouží si ji někdo jiný.“ Tato silná a omezující přesvědčení měla za následek, že se nikdo nezvedl ze sedadla, i když 100 dolarů chtěl každý.

Ale tento jeden člověk, možná z čisté frustrace, se rozhodl svá přesvědčení změnit. „Dojdu si pro ni.“ „Co horšího se může stát?“ „No a co, jestli je to trik, aspoň to budeme mít za sebou.“ „Třeba si ji můžu jen tak vzít.“ „Třeba to není trik. Jdu si pro ni, teď hned!“

To jediné, co dělí obecenstvo od stodolarové bankovky, je vzduch. Nic jiného tam není, jen síla přesvědčení, která je tak mocná, že jsou

lidé doslova a do písmene paralyzovaní. Zajímalo by mě, o kolik stodolarových bankovek a dalších příležitostí přijdou jen vinou vlastního strachu.

Představte si, že byste na té prezentaci byli vy. Vsaďte se, že byste zvedli ruku jako všichni ostatní a tvrdili, jak chcete být milionáři, nebo to dokonce máte v plánu. Ale vsadím se, že stejně tak jako každý jiný byste si ode mne ty peníze nevzali. Jestliže ale nevstanete ze sedadla, abyste si došli pro stodolarovou bankovku, proč si, proboha, myslíte, že byste byli schopni udělat cokoliv pro 100 milionů dolarů? Neudělali byste nic.

Nedokázali byste udělat nic, pokud se neopíráte o vlastní přesvědčení. A nepokoušejte se oklamat sami sebe a tvrdit, že by to bylo jiné, pokud by šlo o víc, a že byste udělali cokoliv, jen abyste vydělali miliony. Pokud se nedokážete přimět, abyste popadli prvních sto dolarů, které vedou k vašim milionům, když vám s nimi někdo mává před obličejem, jak si můžete myslet, že byste se při podnikání chovali jinak? Jestli máte úspěš, musíte zničit svá omezující přesvědčení a vytvořit si dostatek přesvědčení motivujících.

Asi po třičtvrtěhodině své prezentace udělám souhrn, který se vrací zpět k úvodní demonstraci. Řeknu jim, že teď mohou dokázat, jak se změnilo jejich přesvědčení. Sáhnu znovu do kapsy a zvednu další stodolarovou bankovku. Než byste řekli švec, všichni se ke mně zběsile rozeběhnou a během okamžiku jsou peníze pryč. To je síla motivujícího přesvědčení. A na něm závisí váš podnikatelský úspěch.

KAPITOLA 1 – VOLÁNÍ PŘÍRODY

„Chceme-li uspět, musíme nejprve věřit, že to dokážeme.“

– Michael Korda

Dva velcí válečníci se chystali k boji. Jeden z válečníků šel dobrovolně, protože choval nehynoucí lásku k vlasti. Ten druhý dostal za boj štědře zaplaceno. Na koho byste si vsadili?

Vždycky na chlapíka, který se řídí přesvědčením, a nikoliv na toho, kdo to dělá pro peníze. Na člověka, který slouží svému přesvědčení a naplňuje touhu svého srdce, který si půjde za svým v dobrých i špatných časech. Na toho, kdo bude neúnavně kráčet po své cestě přes všechny vzlety a pády, dokonce i ve chvíli, kdy to ostatní vzdají a vydají se za něčím jiným. Na toho, kdo zůstane, i když ti, kteří dostali zaplaceno, odejdou. Pokud chcete zbohatnout tím, že budete dělat něco velkého, ale přitom se pro to nenadchnete, převálcuje a roztrhá vás na kusy konkurent, který se pro danou záležitost nadchl. Nadšení plodí vytrvalost. A vytrvalost plodí úspěch.

NKR TIP

Vlastnictví – I když nejde o tu nejlepší formu právní ochrany, jedním z nejlevnějších způsobů, jak začít, je výlučné vlastnictví, protože zde nejsou zřizovací náklady. Se zřízením obchodní společnosti a společnosti s ručením omezeným jsou spojeny zřizovací náklady. Samozřejmě že když vyděláváte peníze, musíte platit daně jako všichni ostatní a postupem času budete chtít zápis do obchodního rejstříku. Poradte se o dalších krocích s účetním (ne s tím, kterého si platíte, ale s kvalifikovaným odborníkem z místní vysoké školy).

Držte se svých tužeb

Chcete-li založit výraznou firmu, musíte nejprve zjistit, po čem toužíte. Mně tenhle objev trval léta. Když jsem začínal, žil jsem v přesvědčení, že by podnikatelé měli dělat to, co umí, a ne to, co chtějí. Vyznal jsem se v počítačích a bavilo mě s nimi dělat. Proto jsem rozjel firmu, která s nimi souvisela. Ale neměl jsem počítače rád. Bylo to mé zaměstnání, ne moje záliba. Mé první dvě firmy byly úspěšné, ale ne proto, že bych byl posedlý technikou. Nemyslel jsem na techniku při jídle ani ve spánku, nedýchal jsem pro ni.

Měl jsem ovšem rád podnikání. Dokázal jsem o něm mluvit celý den, četl jsem všechny časopisy, navštěvoval všechny semináře a pořád to nedokázalo utišit mou žízeň. Trvalo mi pár let, než jsem přišel na to, co jsem měl celou tu dobu před nosem. Totiž že mě baví rozjíždět firmy. Jakmile mi došlo, že miluji zrody a zrání firem, věděl jsem, kudy se bude ubírat má další cesta.

Hledání toho, pro co se dokážete nadchnout, nemusí trvat celá léta. Základem je popřemýšlet a najít si čas, a ne se k tomu propracovat metodou pokus–omyl.

Co byste chtěli dělat dobrovolně, jen proto, že vás to baví? Jaké činnosti vám přinášejí největší štěstí a naplňují vás energií a uspokojením? Při čem přestáváte vnímat čas, plníte úkoly skoro bez námahy a po jejich splnění máte snad ještě víc energie? Co je tím tématem, o kterém se dokážete neustále bavit s přáteli, až do té míry, že začnou obracet oči v sloup? Odpovězte si na tyto otázky a najdete to, po čem vaše srdce prahne. A jakmile naleznete objekt své neukojitelné touhy, svou vášeň, učinili jste ten nejdůležitější krok k rozjezdu firmy, která vynikne.

Možná už vám hlavou probleskla myšlenka, že si založíte firmu. Nebo vaše hlava přetéká nápady a jste připraveni vrhnout se plným tempem do jejich realizace. V každém případě byste měli začít tím, že se zastavíte. Ne, to není překlep. Nejlepší reakcí na vodopád snů o tom, co by mohlo být, je zhluboka se nadechnout a zamyslet. Úspěšný rozjezd firmy se víc než o co jiného opírá o vás a o vaše přesvědčení. Pustit se do podnikání, a přitom neznat důvěrně sebe sama je pošetilý sen. Zahrát „all-in“ se špatnými kartami v ruce je hloupost, stejně jako skok rovnýma nohama do podnikání, aniž bychom věděli, co všechno máme k dispozici.

Pokud chcete rozjet firmu nebo si vylepšit průměrný start, musíte začít tím, že poznáte sebe sama. Musíte pochopit a poznat touhu svého srdce, své myšlení a přesvědčení. Musíte zaměřit své myšlení do vlastního nitra. Musíte vyzvědět, co ve vás je.

Kdyby jen minutu platilo, že neexistují žádná omezení a všechno je možné, co vše byste chtěli, aby vám poskytovala vaše firma? První věcí, která napadne téměř každého, je finanční nezávislost. Souhlasím. Na-prosto souhlasím. Ale to není všechno, že ne? Co kdyby vás budování vašeho podnikatelského záměru naplnilo úplným emocionálním uspo-

kojením, byli byste naprosto šťastní? Co kdyby vaše firma něco změnila? Co kdybyste se každé ráno budili s nadšenou touhou pracovat? Co kdyby lidé měli vaši firmu rádi? Co kdyby vás svět uctíval za to, co jste dokázali, a spokojeně spotřebovával to, co mu nabízíte?

Být majitelem firmy NEZNAMENÁ pracovat do bezvědomí jen proto, abyste si vydělali na slušné živobytí. NEZNAMENÁ to vydělávání hromady peněz výměnou za to, že vám uteče velká část života. ZNAMENÁ to žít naplno, zlepšit svůj život i život druhých, což vám – nikoliv ironií osudu – nafoukne peněženku.

Nejlepší příklad lidí, které vlastnictví firmy dovedlo k tomu, že se málem upracovali k smrti, pochází přímo od jednoho z podnikatelů. Je jím Sam Walton, zakladatel společnosti Wal-Mart. Walton rozjel společnost čistě na základě svého snu a postupně se stal jedním z nejbohatších lidí světa. Ponaučení? „Podělal jsem to.“ To jsou slova, která prokazatelně zazněla z jeho smrtelného lože. Podle jeho vlastních kritérií to bylo fiasko – stal se miliardářem, který sotva znal své nejmladší dítě a jeho manželkou byla žena, která s ním zůstala z důvodů, jež měly do plnohodnotného vztahu daleko.

Jaká poslední slova byste chtěli pronést vy? Doufám, že to budou slova prodchnutá pocitem uspokojení. Slova, ze kterých vyplyne, že jste prožili život naplno, že jste šli za hranice vlastních možností a vybudovali firmu, na kterou jste hrdí. Jak pro to, čeho dosáhla, tak i pro to, kolik vydělala.

Pokud je toto ten úspěch, který si přejete, máte ho mít. Všechno začíná a končí jen u vás. Nezačíná to tam, kam směřuje trh. Nezačíná to těmi nejnovějšími a nejúžasnějšími trendy. Nezačíná to tím, co si podle vás přejí zákazníci. Vaše podnikání začíná u vás.

Ještě včera dosahovaly firmy finančního úspěchu na trhu i na základě mizerných produktů. Pokud uveřejňovaly dostatek televizních reklam ve večerních pořadech a protlačily bombastické, byť falešné chvalozpěvy do časopisů, měly zaručeny hromady zákazníků. Zklamavých sice, ale přesto zákazníků.

To bylo kdysi, jenže teď je jiná doba. Dnešní úspěšné firmy rostou, protože jsou skutečně úžasné. Poskytují služby a produkty, které nemají konkurenci, a jejich pověst se šíří jako lavina. Dnes už nemůžete spoléhat na to, že byste přitáhli zákazníky jen s pomocí svého marketingového rozpočtu. Dnes musíte poskytovat bezkonkurenční služby

i produkty. Marketing se provádí virálně – na letních barbecue, na internetových fórech a na nekonečných blozích. Tak je to prosté. A jestliže chcete nabídnout to nejlepší, co si dovedete představit, musí vám to jít z hlavy i ze srdce. Když bude společnost vycházet z vaší duše, když bude vaše společnost totožná s vaší osobností, stane se z toho síla až hrozivá.

Před léty mě pozvala jedna velká společnost, abych promluvil ke skupině asi čtyřiceti marketingových specialistů, kteří prodávali pojistný produkt a pokoušeli se prorazit na malém obchodním trhu. Chtěli se naučit, jak „hovořit“ k podnikatelům. Presentace byla naplánovaná na devátou hodinu ráno, ale nemohli jsme začít dřív než v 9.20, protože všichni přišli pozdě.

Začal jsem dotazem, kdo z nich ráno vstával s nadšením, že jde do práce. Těch pár rukou, co se zvedlo, jasně představovalo spíš politický postoj, ale nikoliv upřímnost. Pak jsem se zeptal, kdo z nich má svou práci tak rád, že by přišel do práce o hodinu dřív. Ne proto, že by musel, ale proto, že by chtěl. Všichni na mne s údivem zírali. Pak jsem vysvětlil, že jsem na toto setkání přijel v 7 hod., jen abych měl jistotu, že jsem ve správné budově a že se stihnu připravit. Pak jsem si dal vedle snídani a přišel o 20 minut dřív, abych se připravil.

Na tomto jednom příkladu jsem vysvětlil rozdíl mezi podnikatelem, kterého pohání nadšení, a někým, kdo jen dělá svou práci. Když milujeme to, co děláme, děláme to z hloubi srdce a přirozeně v tom vynikáme. Nepřišel jsem na prezentaci dřív, protože jsem musel, ale protože jsem *chtěl*. Miluji podnikání a příležitost si o něm podiskutovat mě neustále popohání, ve dne i v noci.

NKR TIP

Přítomnost na webu – Každé podnikání potřebuje přítomnost na webu, nemám pravdu? Samozřejmě. Ale to neznamená, že musíte mít webovou stránku. To jsou dvě různé věci. Můžete svou přítomnost na webu založit na používání sítí jako Facebook.com, MySpace.com, Squidoo.com nebo milionů dalších sociálních sítí. Prostřednictvím těchto sociálních sítí šířte informace o tom, co děláte, a zřídte si tu e-mail zdarma. Svou komunikaci po sociálních sítích doplňte blogem zdarma na Blogspot.com. To je více než dost, abyste dostali své podnikání do obrátek.

Zbavte se všech výmluv, s výjimkou jediné

„Výmluvy jsou jako díry do zadku. Každý nějakou má a každá smrdí.“ Nevím, kdo přišel s tímto citátem, ale mám pocit, že by se mi ten člověk moc líbil. Výmluvy jsou skvělý mechanismus, jak do našeho strachu zapracovat logiku. Jsou to prostě machinace, které podstupujeme, abychom obhájili svůj vnitřní strach. Slyšel a zažil jsem snad všechny. A všechny jsou pitomé. Tedy všechny, až na jednu, ale tu si nechám na konec.

Ekonomika není natolik silná, aby bylo možné rozjet firmu – Každý z nás existuje ve stejné ekonomice jako vy, takže máme všichni rovné šance. Je-li ekonomika v krizi, možná kupující zpomalují svou aktivitu, ale stejně tak budou odpadat vaši konkurenti. Slabá ekonomika je jako požár lesa: zabije spoustu rostlin, ale ta semínka, která se teď udrží, budou mít víc prostoru k růstu, jakmile les zase ožije. Slabá ekonomika je často tím nejlepším prostředím k rozjezdu.

Podnikání je velmi riskantní – Všechno, do čeho se pustíte bez přípravy a znalostí, je riskantní. Takže se do toho pouštějte připravení! Legračníci na tom je, že většinou už připravení jste, ale nevíte o tom. Budete-li naslouchat svým vnitřním emocím, svému nutkání, přirozeně vás to povede po cestě, pro kterou už jste vybaveni. Pravděpodobně jste zvládli mnoho důležitých studijních kroků a všechny nové věci do sebe natahujete jako houba.

Místo u velké společnosti je mnohem jistější – To vyprávějte lidem, které vyhodili z firem Enron, Arthur Anderson, Bear Sterns nebo kterékoliv z těch stovek velkých společností, které se zhroutily nebo které snižovaly stavy. Když pracujete pro někoho jiného, mohou vás vyhodit z pouhého rozmaru. Oni to podělají, vy to zaplatíte. Když pracujete pro sebe, nemůže vás nikdo vyhodit a jedinou překážkou úspěchu jste vy sami.

Jsem příliš starý na zakládání společnosti – No a co s tím budete dělat? Čekat, až omládnete? Neexistuje nic než přítomnost. Život vám neumožní vrátit se časem a zkusit něco znovu. Neutápějte se v lítosti. Začněte hned a neberte na svůj věk ohled. Jen ten proces sebeobjevování, kterým si projdete při vytváření nové firmy, za to stojí. Navíc po sobě můžete něco zanechat další generaci.

Jsem příliš mladý na zakládání společnosti – Cože?!?! Víte o tom, že můžete legálně založit a zaregistrovat svou firmu v jakémkoliv věku?

Skutečně můžete založit vlastní firmu ještě dřív, než vám zákon umožní pracovat pro někoho jiného. Jeden z mých přátel, Cameron Johnson, začal podnikat ve věku sedmi let a ve dvanácti letech už byl zapsán v obchodním rejstříku. Proč nechcete být tím prvním, kdo začne podnikat v šesti letech? Je jedno, jak staří či mladí právě jste. Začněte dnes!

Nevydělám si dost peněz – Nedávná studie vedená Národním sdružením vysokých škol a zaměstnavatelů odhalila, že průměrný počáteční plat pro účetní/-ho s vysokoškolským titulem je 42 299 USD. To není špatné. Pokud vezmete tuto práci a dostávali byste následujících deset let každý rok 10 % přidáno, nakonec byste vydělávali 120 069 USD. To vůbec není špatné. Teď si představte, že založíte vlastní firmu. Váš plat bude první rok podle World Wide Learn v průměru 50 000 USD. To také není zlé. Když povedete svou firmu dobře a rozhodnete se, že si každý rok dopřejete 25% zvýšení platu (sám sobě dávám v průměru každý rok 50% zvýšení), k desátému výročí založení firmy budete vydělávat 465 665 USD. A *to je úžasné!*

Nemám to správné vzdělání – Cítíte-li, že k úspěchu potřebujete vysokoškolské vzdělání, tak se velice mýlíte. Setkal jsem se s majiteli titulu PhD z Harvardu i s těmi, co je vyhodili ze střední. Jejich podnikatelské úspěchy měly přímou vazbu na to, čemu věří, na jejich touhy, nadšení a žízeň naučit se něco nového ve škole tvrdých úderů. Váš studijní rodokmen nemá na váš úspěch v podstatě žádný vliv. Žádný!

Nemám dost peněz na rozjezd – To je úžasné! Kdybyste měli dost peněz k „řádnému“ rozjezdu firmy, bál bych se, že si přivodíte bankrot. Skutečnost, že nemáte peníze (nebo jich máte jen velmi málo) prostě znamená, že byste měli hned od začátku používat hlavu. Existuje důvod, proč se říká, že nouze je matkou všech vynálezů. Peníze řeší naše problémy i slabiny. Bez peněz musíte každý den předvádět to nejlepší, co ve vás je. Nedostatek financí vás nutí optimalizovat, kde se dá, a růst tím správným směrem.

Konkurence je příliš silná – Má matka mi vždycky říkala, že žádní dva lidé nejsou stejní. Měla pravdu. Jestli si myslíte, že konkurence dokáže odvést lepší práci, než jaké byste vy byli kdy schopni, pak nemáte asi správně našlápnuto k prozkoumávání svých silných stránek. Najděte ten správný úhel, jak zapojit své silné stránky, svůj vrozený talent a své nadšení způsobem, jakým to nikdo jiný nedělá, případě to dělá špatně.

Nikdo si nekoupí můj produkt ani službu – Je dobré, že jste na to přišli už teď, ale není to výmluva, proč nezaložit firmu. Jen to prostě znamená, že musíte přehodnotit, co chcete, a vymyslet nový způsob, jak to dodávat, abyste si mohli vytvořit odběratelskou základnu.

Nejsem připraven – Souhlasím, nejste. Nikdy nebudete. Tato výmluva je prostě jen kombinací všech ostatních. Když se ptám lidí, proč si myslí, že nejsou připravení, uchylují se k některé z dalších výmluv uvedených v seznamu. Všechno jsou to nesmysly. Čas začít je právě teď!

Jsem si jistý, že vás napadá spousta dalších kreativních výmluv, proč nezačít podnikat. Všechna ta racionální zdůvodnění musíte hodit za hlavu a jednat, teď, hned. Zřídka kdy litujeme věcí, které jsme v životě udělali, když jsme se nechali vést nadšením a riskovali. Příliš často však ale litujeme věcí, které jsme neudělali. Jestli vám vaše srdce říká, abyste jednali, nepoužívejte žádnou z těchto výmluv, abyste s ní utloukli vlastní touhy.

Existuje jeden důvod, proč nerozjíždět firmu. Nepouštějte se do rozjezdu, pokud je vaším důvodem jen rychlé zbohatnutí – mamon není na místě a také dlouho nevydrží. Ať už skončíte s barely plnými peněz, nebo ne, BUDETE za to muset zaplatit. I kdybyste shrábli peníze ještě dřív, než vynaložíte nějaké úsilí, například výhrou v loterii, příroda vás vždy prazvláštním způsobem přinutí, abyste za to zaplatili. Budete-li mít štěstí, vaše výhra může být vykoupená rychlým získáním dovedností v nové finanční disciplíně. Ale příliš často zaplatíte zoufalstvím, katastrofou a bankrotem.

Jen se podívejte, co se stalo některým velkým výhercům v loterii – není to hezký pohled. Jack Whittacker si určitě přál, aby se na své výherní sázence jednoho dne strefil. Jako NKR se celá léta dřel a vybuchoval stavební firmu, jejíž hrubý příjem byl 16 milionů dolarů ročně. Ale po výhře 315 milionů dolarů se z Jackova života stalo hotové peklo. Přišel o přátele, rodinu a musel čelit čtyřem stovkám právních žalob. Nechci tu malovat čerta na zeď. Jen jsem chtěl podotknout, že rychle zbohatnout se vám podaří jen zřídka, nepřinese vám to spokojenost a v některých případech to má i katastrofální následky.

Přijít rychle k penězům je velmi lákavé. Je vzácností potkat někoho, kdo neumírá touhou vyhrát v loterii nebo kdo by aspoň nechtěl, aby mu jen tak spadl balík do klína. Většině lidí ale tato touha po hromadě peněz samozřejmě nevynesla ani cent. Je škoda, že většina z nás

promarní být i vteřinu svého života v naději, že se jen tak k něčemu dostane, místo aby využili svého talentu a nadšení pro věc a vydělali si peníze sami.

Peníze jsou něco jako zesilovač vašich návyků. Máte-li špatné návyky a dostanete se ke spoustě peněz, jednoduše budete tyto své špatné návyky opakovat mnohem častěji. Máte-li dobré návyky, pak to jen posílí toto pozitivní chování. Peníze nám umožní být ve větší míře tím, kým už jsme. Proto si vše dobře srovnejte v hlavě a dřív, než se dostanete k hromadě peněz, si vytvořte dobré návyky. Jakmile si vypěstujete pevnou, soustředěnou a šťastnou mysl a máte v životě dobré návyky, peníze přijdou snadno. A peníze dělají další peníze. A dobré návyky se budou množit. Stejně tak štěstí. To je zdravý způsob, jak zbohatnout.

Rozjeďte firmu, abyste zbohatli správně, nikoliv rychle. Funguje to.

NKR TIP

Prodej produktů – Nepotřebujete webovou stránku pro e-obchod, když ji pro vás už vytvořil eBay. Není zadarmo, ale pořád jde o nenákladnou možnost, jak dostat své produkty do rukou spotřebitelů. A nemusíte je nabízet formou aukce. Můžete si zřídit na eBay obchod, kde budete prodávat věci za pevné ceny. Navíc existuje spousta dalších stránek specializovaných na aukce, stačí začít hledat!

Ten den stále ještě nepřišel

Kéž bych měl pětacent za každý okamžik, kdy jsem slyšel někoho, kdo by rád podnikal, jak říká: „Jednoho dne.“ Jednoho dne si založím firmu. Jednoho dne ze mne bude tohle, jednoho dne budu dělat tamto. Mohl by někdo laskavě říct, jaké datum má ten „jeden den“, protože si zatraceně vůbec nejsem jistý, že by se něco takového nacházelo v mém kalendáři.

Teď, nebo nikdy. Jednoho dne je sen. Jednoho dne je naděje, že do sebe všechno nějak kouzelně zapadne a úspěch vám spadne do klína. Pokud to tedy myslíte s rozjezdem vaší první společnosti vážně, přiřaďte k tomu „jednomu dni“ skutečné datum. Bude to za měsíc, za půl roku, za rok? Řekněte všem kolem vás, kdy přijde ten den, kdy se otevřou brány vaší nové firmy. Pak si zpětně propočítejte všechny věci, které musíte zařídit. Ode dneška, přesně od této chvíle. A pak rozjeďte akci. HNED!!! Třeba jde jen o zřízení telefonní linky nebo o založení

společnosti s ručením omezeným, případně o nástup do nějakého kurzu. Klíčem je začít teď hned a nepřestat.

No ano, málem bych zapomněl. Řekněte svému největšímu, nejsmradlavějšímu, nejvlasatějšímu, nejuhrovitějšímu kamarádovi, že se mu budete zodpovídat za splnění svého cíle – tedy za rozjezd své první firmy. Slibte mu, že když to nevyjde, dovolíte kamarádovi, aby vás vyfotil, jak mu líbáte holou zadnici, a necháte ho, aby fotku vyvěsil na internetu. Jestli vás ani tohle nedostane do obrátek, tak už nevím.

Přirozenost, nebo výchova

Připadá mi legrační, kolik příležitostných expertů debatuje na téma přirozenost, nebo výchova v podnikání. Vyřešme tento problém jednou provždy: JE TO PŘIROZENOST. Vášni pro podnikání vás nikdo naučit nedokáže. Nemůžete se naučit, jak si vybudovat vroucí a neuhasitelnou touhu podnikat. Nikdo vás nemůže vyškolit, abyste měli ten správný postoj nebo byli inteligentní. To vše jsou věci, kterými vás buď příroda obdařila, nebo ne.

Buď máte k podnikání vlohy, nebo se budete trápit, abyste dosáhli jen částečného úspěchu. Můžete zalévat hlínu, jak budete chtít, ale nevytěstujete si strom, jestliže nebudete mít nejprve semínko. Pokud vám to je od přirozenosti dáno, pak se z toho dá vypěstovat něco velkého.

Existuje jedna důležitá věc, kterou byste si měli k přirozenosti poznamenat: ne vždy se projevuje od narození nebo v útlém věku. Občas vám vaše přirozená touha podnikat zabuší v hrudi, když vám je dvacet. Jiní lidé ji nepocítí dřív, dokud nezačnou brát důchod. A já? Chtělo to čtyři chlazená v místním baru. Bez ohledu na to, kdy se nutkání dostaví – jakmile je ucítíte, běžte do toho. Ozvala se vaše přirozenost. Odpovězte jí.

PUSŤTE SE DO AKCE!

Malé krůčky vedou k velkým ziskům. Na konci každé kapitoly najdete tři akční kroky, které dokážete uskutečnit do půl hodiny. Nemáte se tedy na co vymlouvat!

1. Po čem vaše srdce touží? Co vás dokáže naprosto nadchnout, tak moc, že byste podle svého názoru byli šťastní, kdybyste to mohli dělat denně? Udělejte si co nejpodrobnější soupis a soustřeďte se na to, co z toho *dokážete* vytěžit. Někdy si

nost, znovu a pořád dokola.

2. Vytvořte si seznam všech jednotlivých výmluv, které jste kdy použili, abyste mohli odložit začátek svého podnikání. Pokud už podnikáte, sepište si další malé lži, kterými se zásobujete a které vám brání, abyste dělali, po čem srdce touží.
3. Odhalte svůj seznam lží. Sepište si všechny důvody, proč vaše výmluva nezní přesvědčivě. Jestli se skutečně cítíte nabuzení, převedte svou výmluvu do podoby pozitivního prohlášení o vlastních schopnostech.

KAPITOLA 2 – TROCHU KLIDU A MÍRU (VE VAŠÍ MYSLI)

„Má hudba bude hrát navždycky. Tohle asi může říct jen blázen, ale když znám fakta, tak říkám fakta. Má hudba bude hrát navždycky.“

– Bob Marley

Přesvědčení je myšlenka skrytá za myšlenkou. Hluboká!

Přesvědčení není něco, co prostě řeknete plni sebedůvěry, ačkoliv ta k němu patří. Přesvědčení není něco, co budete říkat opakovaně, ačkoliv tím se dá ovlivnit. Přesvědčení není něco, k čemu se uvážete, že to uděláte, ačkoliv to pomáhá. Přesvědčení je to, co vám říká vaše vnitřní emoce. Přesvědčení je vnitřní, neovlivnitelné vědomí, že to, co víte, je pravda. Je to trvalá, všudypřítomná konverzace, která se odehrává ve vaší hlavě.

Tady je ten problém. Neustále se obelháváte prostřednictvím svých slov a myšlenek, a někdy se dokonce dočasně přesvědčíte, ale dlouho vám to nevydrží. Dokud nezačnete rozeznávat a ovládat tu vnitřní, nepopsatelnou emoci, nemůžete učinit trvalý pokrok.

Klasickým příkladem je člověk, který se pokouší shodit hmotnost. Asi znáte lidi, o nichž teď mluvím: nasadí rychlou dietu a shodí spoustu kil, jen aby je o pár měsíc později nabrali znovu. V dlouhodobém měřítku tedy selžou a nezbaví se nadváhy, protože je omezuje jejich přesvědčení, neschopnost zaměřit se na cíl a sporadické a nedostatkem energie podložené jednání. Bez motivujícího přesvědčení se nedá udržet soustředění ani dokončit akce. Lidi, kteří shazují kila, musí věřit nejen tomu, že je *dokázou* shodit, ale také, že je *shodí*. Musí vnitřně cítit, že zdravé tělo vyžaduje trvalou změnu životního stylu, a být přesvědčení, že tak *musejí* žít. Ztráta hmotnosti se víc než čehokoliv jiného týká toho, co se děje ve vaší hlavě. Každý úspěch se opravdu víc než kolem čehokoliv jiného točí kolem našeho přesvědčení.

To, že něčemu věříte, ještě neznamená, že je to skutečně pravda. Možná si to myslíte. Ostatní možná ne. Kdo má pravdu? Nikdo a všichni. Podívejte se: nezáleží na tom, jestli existuje nějaká „skutečná“ pravda. Záleží na tom, čemu věříte, že je pravda. Jsme pevně přesvědčení, že se chováme zcela v souladu s vlastním přesvědčením. Naše emoce fungují jako neviditelný GPS systém, který nás neomylně posouvá k našemu přesvědčení.

„Jsem přesvědčený, že bych měl být milionář,“ říkáte, „ale nejsem, takže ten váš nápad je pitomý a vy jste naprosto mimo.“ A já na vás potom vyplážnu jazyk a řeknu vám, že už jste svého přesvědčení dosáhli. MĚLI byste být milionáři, ale nejste, protože jste věřili, že byste měli být, a nikoliv, že budete. Vaše okamžitá odpověď bude znít: „Dobře, já jsem přesvědčený, že JSEM milionář, a přitom pořád nejsem.“ A má odpověď zní: „Lháři!!! Vy ve skutečnosti nevěříte tomu, že jste, a proto nejste.“ Vaše poslední poznámka zní: „Samozřejmě, že tomu nevěřím, protože nejsem.“ A protože tomu nevěříte, tak nejste.

Dokud nebudete o něčem přesvědčeni, že je něco naprostá pravda, jako jste například přesvědčeni, že je obloha modrá a ze slunce jde světlo, nebudete toho schopni dosáhnout. Bohužel, ale takhle to funguje. Je čas, abyste začali být mimořádně vnímaví vůči vlastnímu přesvědčení a používali je k dosažení toho, co si přejete. Neznamená to, že budete lhát sami sobě. Takhle jednoduše to nefunguje. Jde o sladění vašeho přesvědčení, zaměření a jednání, aby byly v souladu s tím, co si přejete. Když to dokážete, vaše přesvědčení se projeví v podobě peněz, úspěchu a všeho dalšího, co si přejete. Špatné na tom je, že změnit přesvědčení je náročné. Ale jde o základní složku podnikatelského úspěchu a bez přesvědčení, o které byste se mohli opřít, žádného úspěchu nedosáhnete.

A teď ta dobrá zpráva. Přesvědčení se dá změnit! Vytvořit si nové přesvědčení bude vyžadovat vytvoření shody mezi vašim nitrem a vaším rozumem. Za tímto účelem byste nejprve měli poznat dva typy přesvědčení, které existují: omezující a motivující. Pak se musíte rozhodnout, ve své hlavě, jaké to vaše nové přesvědčení bude. Nakonec pak musíte dovolit svému nitru, aby se mu přizpůsobilo, aby je přijalo a aby se k novému přesvědčení upnulo.

Každý podnikatel na konci role ví, že jestli chcete úspěch, musíte svá přesvědčení dostat pod kontrolu. Musíte vědět, že uspějete, a to bez ohledu na výzvu, která před vámi stojí. Trvale motivující stav mysli a odvaha k jednání – to jsou ty faktory, o které se vše opírá. Nesoulad mezi hlavou a nitrem vás mohou na vaši trati zastavit.

Jak vyhodit posledních 20 dolarů za chlást, a přesto vydělat miliony

Pár měsíců poté, co dorazil z Anglie, aby hledal svůj americký sen, zbylo Davidu Tyremanovi poslední 20 dolarů. Přesně jak předpověděl jeho bývalý šéf: jeho obchodní nápad – prodej starožitností Američa-

nům prostřednictvím parties organizovaných v jejich obýváku – nevyšel. Pravděpodobně vás zajímá, co dělal David dál. Myslíte si, že náš příběh je o tom, jak vzal 20 dolarů a udělal z nich miliony.

Chyba. David a jeho obchodní partner utratili svých posledních 20 dolarů v baru. (Koneckonců jsou z Anglie.) No a co, sakra. Když se vaše loď potápí, užijte si aspoň trochu legrace. Jenže následujícího rána Davidovi došlo, že prožil nejhorší možnou můru – naprostý neúspěch – a že to nebylo tak zlé. Nikdo neumřel ani se neotevřela země, aby ho navždy pohltila.

Proto se rozhodl zkusit to znovu. V příštích několika měsících změnil David svůj obchodní model. Zaměřil se na maloobchody, které potřebovaly starožitnosti k prezentaci zboží. I když o tomto oboru nic nevěděl a měl velkého konkurenta, který ovládal trh, našel způsob, jak si sehnat prvních pár klientů.

Na rozdíl od svého konkurenta skladoval David své zásoby v garáži a na dodávky zboží si najímal kamarády. Vybudoval podnik bez velkých financí, jen díky vlastnímu úsilí a vynalézavosti. David musel přemýšlet mimo zajeté koleje a ukázalo se, že je to přesně to, co klient chce. Došlo mu, že maloobchodníci používají jeho starožitnosti, aby se odlišili, a že se tedy nepohybuje v obchodu starožitnostmi, ale v oboru zvaném identita značky. Tohle prozření mu vydělalo miliony.

David napomohl úspěchu transformací vlastní firmy. Z London Antique, typické obchodní firmy, se z ní stala Propaganda, brandingová společnost, která prodávala starožitnosti *plus* širokou škálu položek, které potřebovali maloobchodníci k brandingu. Byl to velký krok, ale David se nebál neúspěchu. Když se na něj potom obrátila divize triček společnosti Ralph Lauren, která hledala novou brandingovou firmu, David využil příležitosti. Měl tušení, jak Propaganda dokáže uspokojit jejich požadavky? Ne. Dělal si s tím hlavu? Ani ne. V nejhorším to nevyjde.

Během několika málo let si Davidova firma Propaganda získala další velké klienty, jako například Banana Republic, Old Navy a Nike. Po letech kreativního a odvážného myšlení se David stal brandingovým specialistou. Později svou firmu za několik milionů dolarů prodal a vytvořil World Famous, společnost, která pomáhá lidem i firmám s vývojem identity značky – tedy s jedním z nejdůležitějších aktiv, jaké podnik má.

David se chopil příležitosti částečně proto, že se nebál selhání. Už totiž nevěřil, že by selhání mohlo být tou nejhorší věcí, jaká ho může potkat. Zažil je, prošel si jím a poučil se. David Tyreman je podnikatel na konci role.

Stěna omezujících přesvědčení

Podnikání není nic než cesta z naší stávající rovinky, bodu (A), s cílem dosáhnout dalšího možného cíle, bodu (B). Možná chcete začít s prodejem vaší první nabídky služeb. Aktuálně jsou vaše prodeje na nule, jste tedy v (A). Chcete-li mít do konce roku prodeje ve výši 400 000 USD, jste v (B). Máte-li omezující přesvědčení, vytvoří zeď. Tato zeď vám bude bránit v postupu a možná dokonce způsobí, že se vydáte jiným směrem a všechno bude ještě horší.

Předpokládejme v rámci tohoto příkladu, že máte omezující zeď, která zahrnuje následující:

1. Nemáte peníze a bez nich nemůžete uvést svůj produkt na trh.
2. Nikdy předtím jste to nedělali, takže vás konkurence snadno zlikviduje.
3. Jste příliš mladí, než abyste si v podnikatelské komunitě získali respekt.
4. Ve vašem oboru se ještě nikomu nepodařilo tak rychle zvýšit prodej. Prostě se to nedá dokázat.

A teď se podívejme na každé z těchto přesvědčení i na to, jak dokážou vykolejit podnikatelské sny:

- 1. Nemůžete uvést na trh produkty bez peněz** – Viděl jsem lidi, jak zahodili skvělé nápady na produkty prostě jen kvůli přesvědčení, že nemají dost peněz, aby je dostali na trh. Anebo ještě hůř: vložili málo času a peněz do vytvoření *skvělého* produktu, aby ušetřili finance na marketing, což má za následek průměrný produkt, který se opírá o nepřiměřený marketing. Zaručený recept na katastrofu. Je-li výrobek skvělý, bude se prodávat sám. Buďte si jisti, že váš marketing se dá vymyslet zadarmo, nebo levně (jde to). Když se produkt bude prodávat, budou k dispozici peníze pro podporu dalšího prodeje.