



Скотт Гэллоуэй

Четверка

скрытая ДНК Amazon, Apple, Facebook
и Google

Четверка

скрытая ДНК Amazon, Apple, Facebook и Google

Оригинальное название:

**The Four: The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook
and Google**

Автор:

Scott Galloway

Тема:

Обязательное чтение

Введение

Редкий человек не слышал об этих компаниях. Их услугами пользуются миллиарды жителей планеты. Истории их феерических взлетов многократно описаны в статьях, книгах и фильмах. Их конкуренты либо сошли с дистанции, либо относятся к другой «весовой категории» — у них меньше клиентов, ниже прибыль и мало перспектив. Эти гиганты в сумме стоят 2,3 триллиона долларов. И не сегодня-завтра одна из компаний станет первым триллионером. Названия этих компаний давно стали нарицательными. Они изменили нашу жизнь и стали ее неотъемлемой частью.

Из 7,5 миллиардов жителей Земли у 1,2 миллиарда есть страницы на Facebook, где они проводят в среднем 50 минут в день. Apple создает лучшие смартфоны и компьютеры, и у компании десятки миллионов фанатов по всему миру. Благодаря Amazon рутинный шопинг стал простым и приятным. А Google многим заменил учителя, старшего товарища и священника, потому что он знает все.

Но так ли хороши эти компании-лидеры? Они сделали мир другим, но стал ли он от этого лучше? Во времена индустриальной революции в США выросло благосостояние не только собственников предприятий, но и большинства людей в стране. А сегодня наиболее влиятельные компании планеты растут как на дрожжах, но экономят на сотрудниках, уклоняются от уплаты налогов, препятствуют борьбе с терроризмом (Apple соглашается разблокировать айфоны убитых террористов только по решению суда) и передают персональные данные пользователей другим компаниям (Facebook). Средний класс стремительно нищает — высокооплачиваемых рабочих мест становится все меньше, а собственное жилье стало недостижимой мечтой для большинства.

В книге «Четверка: скрытая ДНК Amazon, Apple, Facebook и Google» автор предпринял попытку разобраться в том, кем на самом деле являются эти компании — «предвестниками апокалипсиса» или источниками добра и света. Автор рассказывает истории успеха Amazon, Apple, Facebook и Google без прикрас, находит в них схожие черты, анализирует перспективы дальнейшего развития «великолепной четверки» и оценивает возможности конкурентов. В конце книги Скотт Гэллоуэй дает советы о том, как преуспеть в современном мире — мире, каким его сделали Amazon, Apple, Facebook и Google.

1. Что нужно, чтобы заработать триллион?

Amazon, Apple, Facebook и Google достигли небывалых высот. Но рано или поздно появятся новые компании, которые будут претендовать на триллионную капитализацию.

Ниже — восемь обязательных составляющих великой компании, которая способна стать триллионером и составить конкуренцию четверке.

- **Лучший продукт.** Сегодня мы можем выбрать действительно лучшее в мире, самое удобное и подходящее по цене с учетом мнений пользователей во всем мире — можно прочитать отзывы на Amazon или комментарии в Facebook.

У Google оптимальный поисковый алгоритм, Apple выпускает лучшие смартфоны, у Facebook самая логичная лента и лучший нетворкинг-эффект, а на Amazon самый большой выбор товаров, самый удобный и быстрый процесс выбора и заказа.

Прежде пользователи радовались новым функциям — сначала CD и DVD можно было только прослушивать и просматривать, затем появилась возможность самим записывать информацию на диск, а затем — многократно стирать и записывать музыку и видео. Сегодня новый тренд — ничего лишнего, потому что все избыточное раздражает, отвлекает и отнимает время.

Раньше нужно было тратить минимум полдня, чтобы купить диван: одеться, поехать в магазин, найти место парковки, походить по этажам, выбрать, оплатить покупку, заплатить за доставку, вернуться домой. А потом нужно было ждать еще неделю-две, пока товар доставят. Amazon избавил людей от этих неудобств. Сегодня жителю США достаточно потратить несколько минут на поиск подходящего дивана на Amazon, купить его в один клик по умеренной цене и получить его через день-два. И доставка будет бесплатной или дешевой.

- **Умение привлечь капитал, емко и лаконично описывая потенциал продукта и компании.**

Создатели Google планировали (и им это удалось) организовать всю мировую информацию, а лидер Facebook Марк Цукерберг заявлял о том, что собирает-ся объединить мир — так и случилось.

- **Глобальные масштабы деятельности.** Если ваш продукт востребован и доступен во всем мире, у вас 7,5 миллиардов потенциальных

клиентов, а не только 320 миллионов в США или 145 миллионов в России. Четверка популярна во всем мире.

На конец 2016 года за пределами США жили 32% клиентов Amazon, 53% пользователей Google, 54% пользователей Facebook и 65% владельцев продукции Apple.

- **Положительный имидж.** Если вас и ваших партнеров воспринимают как добропорядочных граждан, которым небезразлична судьба страны, ее жителей, сотрудников и клиентов, вам прощают ошибки и даже нарушения закона.

Apple — крупнейший в истории США неплательщик налогов. Но эта компания настолько популярна, что все хотят дружить с ее представителями, даже налоговые инспекторы. Руководство Amazon в марте 2017 года заявило, что Amazon будет платить налоги во всех штатах. И компания сразу же получила государственную субсидию 1 миллиард долларов. Но неужели компания стоимостью полтриллиона долларов так нуждалась в этом миллиарде? Просто этим обаятельным ребятам никто не может отказать.

- **Полный контроль над клиентским опытом.** Великие компании не только производят продукт, но и занимаются продвижением, продажей, обслуживанием и доставкой (при необходимости).

Компания Apple не была бы сейчас в одном шаге от триллиона долларов, если бы не стала заниматься розничной торговлей после создания iPhone.

- **Использование искусственного интеллекта.** Великие компании имеют доступ к информации о пользователях, анализируют ее и создают подходящие продукты, а затем продают их тем, кто о них мечтает.

Google использует поведенческое таргетирование — отслеживает наше поведение в сети, анализирует его и предсказывают наши будущие покупки. Если вы проводите несколько часов на сайте Audi, изучая комплектацию A4, значит, вы планируете купить четырехдверный седан за \$30 000 – 40 000.

- **Привлечение талантов.** Каждая компания четверки — невероятно привлекательный работодатель, который в большинстве случаев побеждает в борьбе за таланты и нанимает лучших сотрудников, которые создают инновации.

Все компании четверки принимают на работу вчерашних выпускников, у которых есть шанс получить высокую должность и зарплату уже к тридцати

годам. Немногие компании дают такой шанс молодым специалистам, поэтому конкуренция среди соискателей огромна.

- **Выгодное географическое положение.**

Apple, Facebook и Google расположены рядом со Стэнфордским университетом, неподалеку от Беркли, у которых одни из лучших инженерных школ в мире. А Amazon находится по соседству с Вашингтонским университетом.

Если крупная компания решит стать триллионером, ей придется соответствовать всем перечисленным выше параметрам.

Производителю спортивной одежды и обуви Nike нужно будет произвести следующие изменения:

- увеличить прямые розничные продажи до 40% (в 2016 году Nike продает через свои магазины только 10% продукции);
- больше работать с информацией и менять на ее основании характеристики продукта;
- перевести штаб-квартиру из Портленда.

2. Запрещенные приемы

PR-отделы компаний сумели превратить истории создания и роста великолепной четверки в миф о том, как прорывные идеи, готовность работать день и ночь, командный дух неизбежно приводят к успеху. Начало многомиллиардного бизнеса в гараже или студенческом общежитии — это так романтично и привлекательно для фанатов. Но история умалчивает о некоторых значимых моментах, которые не вписываются в идиллическую картинку. На самом деле все великие компании шли к успеху, нарушая правила, пренебрегая моральными принципами и присваивая чужие идеи. И их стратегии строились на методах эволюционной психологии.

2.1. Обман

Обман — ключевая компетенция быстрорастущих технологических компаний. Рынок постоянно меняется, и молодые компании должны либо подстроиться — это удастся единицам, либо умереть — как это ежегодно происходит с тысячами стартапов. В этой борьбе за выживание все средства хороши — в ход идут обман, воровство и дезинформация.

Ни одна из компаний четверки не была первопроходцем в своей индустрии. Facebook появился после My Space, Apple — после компаний-создателей первых

ПК, Google — после первых поисковых движков, а Amazon — после первых розничных онлайн-магазинов. Они учились на ошибках своих предшественников, скупали их активы и переманивали клиентов.

На совести создателей Amazon, Apple, Facebook и Google есть следующие грехи.

- **Кража интеллектуальной собственности.** Молодые компании часто видят в чужих изобретениях ценность, которую их создатели не замечают.

Самая известная история воровства интеллектуальной собственности — это подсмотренная Стивом Джобсом у Xerox идея графического рабочего стола, управляемого компьютерной мышью. Именно она легла в основу компьютера Macintosh, изменившего компьютерную индустрию.

- **Сбор и использование по своему усмотрению активов других компаний, персональных данных.**

Марисса Майер, исполнительный директор Google, выступая перед Конгрессом США, отметила, что священная обязанность газет и журналов заключается в том, чтобы быть доступными для всех, а значит, предоставлять людям возможность легко находить нужные статьи в Google. С помощью Google News читатели могли ознакомиться с разными точками зрения. Это бесплатный сервис, с которого пользователи переходили на сайты газет и журналов. Но Майер не акцентировала внимание конгрессменов на том, что при помощи этих переходов Google собирает информацию о предпочтениях пользователей, а получить трафик СМИ могут через Google Ad-Sense, но за деньги.

Facebook и Google несколько лет назад заявили, что не будут передавать информацию между своими ресурсами (между Facebook и Instagram, между Google, Gmail, YouTube и Doubleclick). Но обе компании изменили политику конфиденциальности, и теперь ресурсы обмениваются информацией для лучшего таргетирования.

Если вы и ваши партнеры — честные люди, которые не согласны идти на сделки с совестью, вам не стоит и мечтать о создании великой компании.

2.2. Целенаправленное воздействие на разные части тела

Все великие компании успешно применяют эволюционную психологию. Они воздействуют на одну из трех частей тела: мозг, сердце или гениталии. И от выбранной части тела во многом зависит стратегия бизнеса.

Наш **мозг** высчитывает плюсы и минусы того или иного действия, сравнивает цены и за доли секунды вырабатывает компромиссные решения. Немногие компании решаются воздействовать на человеческий мозг, и мало кто преуспевает в этом.

Walmart — самый яркий пример успешного воздействия на мозг клиентов. Миллионы покупателей сети выбирают мозгом — они делают покупки в Walmart из-за низких цен, которые держатся благодаря огромным объемам закупок.

Большинство компаний воздействуют на **сердце**, потому что мы часто совершаем покупки под воздействием эмоций. Потребительский бум, который произошел в США после Второй мировой войны, был преимущественно нацелен на сердца покупателей. Рекламные слоганы, ролики и постеры воспевали ценности и пристрастия потенциальных клиентов (красоту, патриотизм, мужественность, любовь...). Каждая струна, затронутая в сердце покупателя, — это прибыль для бизнеса.

Но цифровая эра сделала процесс покупок менее романтичным. Реклама Duracell уже не затрагивает сердца рациональных покупателей, которые могут приобрести в один клик упаковку батареек на Amazon (треть батареек приобретается сегодня в интернете). Бренды умирают, розничная торговля товарами народного потребления становится убыточной — в 2015 году 90% брендов потеряли долю рынка.

Желание быть привлекательным заглушает голос разума. Мужчины от 16 до 80 хотят выглядеть мужественными, поэтому покупают спортивные машины, а женщины готовы отдать больше \$1000 за пару неудобных лабутенов, вместо того чтобы комфортно себя чувствовать в кедах за \$20. Стремление к роскоши иррационально, и бизнес, связанный с продажей дорогих эксклюзивных вещей, процветает.

В 2016 году косметическая компания Estee Lauder стоила больше, чем крупнейшая коммуникационная компания WPP.

Воздействие на разные части тела принесло четверке компаний небывалый успех.

Google общается с мозгом и дополняет его. Он не только распространяет информацию по всему миру, но и замещает нашу собственную «поисковую систему» — мы обращаемся к Google, чтобы не думать, не анализировать, не листать пыльные книги, не вспоминать. Google находит нужный факт, рецепт или объяснение за долю секунды и никогда не устает. Мы верим Google больше,

чем себе. Он доминирует в индустрии знаний, как Walmart в оффлайн-торговле, а Amazon в онлайн-торговле. Он доступен умным и глупым, богатым и бедным, образованным и тем, кто едва умеет читать.

Amazon тоже воздействует на мозг, но иначе, чем Google. Исторически люди, у которых больше вещей, считаются более успешными. С помощью разных предметов мы можем защититься от врагов и жить лучше, чем друзья и соседи. Шопинг — это наркотик, а Amazon доставляет этот наркотик на дом.

Facebook взывает к нашим сердцам и выполняет психотерапевтическую функцию: человек — существо социальное, и недостаток общения с близкими ведет к депрессии, психическим заболеваниям и ранней смерти. Facebook делает нас ближе с родными, помогает найти старых друзей и углубить связи с соседями и коллегами. Инструменты Facebook дают нам возможность почувствовать, что нас понимают, принимают и любят. И мы чувствуем себя счастливыми.

Apple работает на два фронта: начинает с мозга («Думай иначе») и опускается ниже пояса — владелец последних моделей айпада, айфона и макбука по умолчанию привлекательнее, чем обладатель гаджетов других марок. В мире миллионы почитателей продукции Apple позиционируют себя как рациональных людей, которые отдают предпочтение «яблочному» бренду из-за эргономичного дизайна, совершенной операционной системы, устойчивости к вирусам и хакерским атакам. На самом деле они считают, что iPhone — это супероружие, которое делает их умнее, круче, сильнее... и ближе к Богу. Люди, которые находятся вне культа, отмечают, что покупать смартфон за баснословные деньги и толпиться в очереди за новой моделью по меньшей мере безумно.

Хотите создать великую компанию? Подумайте, на какую часть тела ваших потенциальных клиентов вы сможете оказать влияние.

3. Как преуспеть в эпоху Amazon, Apple, Facebook и Google?

Четверка изменила конкурентный ландшафт и жизнь в целом. Сейчас лучшее время для выдающихся людей и худшее — для обыкновенных. На рынке труда та же ситуация, что и на рынке товаров.

Amazon постоянно снижает цены на книги, которые сейчас доступны в разных форматах и в неограниченном количестве (электронные книги). К тому же сегодня велик выбор однообразных книг: тысячи любовных романов, сотни книг по личной эффективности. При этом редкие дорогие книги только растут в цене. На всемирной бирже труда LinkedIn тысячи

компаний «охотятся» за эксклюзивными специалистами. Если вы просто хороший специалист, то вы конкурируете с несколькими миллионами других хороших специалистов. И ваша зарплата в лучшем случае не увеличивается, а в худшем — уменьшается.

Лучших профессоров школы бизнеса Штерна в Нью-Йорке приглашают с выступлениями по всему миру, и за одно выступление они получают около \$50 000. Их годовой доход составляет от 1 до 3 миллионов в американской валюте. В то же время 90% их коллег-профессоров, достаточно хороших для того, чтобы работать в престижной школе бизнеса, зарабатывают приблизительно в 10 раз меньше, и их почти никуда не приглашают.

3.1. Качества, которые помогают достичь успеха

Как и 20 лет назад, трудолюбивые люди, которые ладят с коллегами, имеют больше шансов преуспеть, чем ленивые интриганы. Но талант и усердие гарантируют лишь попадание в топовый миллиард жителей планеты. Для того чтобы стать одним из лучших, а не одним из миллиарда, необходимы следующие качества.

- **Эмоциональная зрелость.** Это главное качество для молодых людей, которые только начинают карьеру, потому что сегодня все меньше областей, где люди выполняют ограниченный набор задач и подчиняются одному боссу. В цифровой век работник в течение дня выполняет множество разнообразных задач, играет разные роли. Молодые сотрудники, которые уверены в себе, умеют держать удар и перестраиваться, быстро учатся и оперативно применяют теорию на практике, находятся в более выгодном положении, чем те, кто подолгу «зависает» над новыми задачами и тяжело переживает неудачи.

Исследования показывают, что женщины в возрасте 20+ обладают большей эмоциональной зрелостью, чем мужчины-ровесники. Вероятно, в ближайшем будущем можно ожидать увеличения количества успешных женщин в бизнесе, науке и в других сферах.

- **Любознательность.** Технологии и методы, которые были популярны и хорошо работали вчера, сегодня неэффективны, а завтра о них уже никто не вспомнит, потому что появятся новые технологии. Скорость научно-технического прогресса и жизни в целом многократно увеличилась.

После изобретения телефона прошло 75 лет, прежде чем он появился у 50 миллионов пользователей. Телевизор появился в 50 миллионах домов через 13 лет. Интернет — через 4 года. А Angry Birds — через 35 дней.

Изучайте новые технологии, генерируйте и предлагайте новые идеи.

- **Вовлеченность.** Интересуйтесь не только своей работой, но и тем, что делают окружающие. Не бойтесь задавать вопросы и предлагать помощь. Это ваша задача, ваш проект, ваша команда, ваша компания (даже если вы рядовой сотрудник, а не собственник).

3.2. Что предпринять, чтобы стать успешным?

Прежде всего, надо не мечтать об успехе, а действовать.

- **Поступить в университет.** Если вы хотите стать успешным белым воротничком (а не предпринимателем, как Стив Джобс или Билл Гейтс), лучше получить диплом престижного вуза, желательно с отличием. Кадровые службы придирчиво рассматривают дипломы выпускников. У обладателя диплома третьесортного вуза без опыта в профессии мало шансов найти работу по специальности. В хорошем университете выше качество преподавания, у вас есть возможность стажироваться в известных компаниях и, возможно, получить там постоянную работу. Кроме того, вы общаетесь с другими сильными студентами и, таким образом, создаете первые профессиональные связи.

Статистика говорит сама за себя: в США уровень безработицы среди людей с высшим образованием — менее 5%, а среди тех, кто окончил только среднюю школу, более 15%.

- **Получать сертификаты.** Университет выдает лучшие документы об образовании, но если вы по какой-либо причине не можете учиться в вузе, получайте другие востребованные сертификаты: пилота, массажиста или инструктора по йоге. Найдите свою нишу, которая отделит вас от большинства жителей планеты, чей средний доход \$1,3 в час.
- **Тренироваться и побеждать.** Если человек достиг успеха в одном деле, велика вероятность, что он будет успешным и в других начинаниях.

У капитана школьной команды по волейболу, победившей в первенстве района, есть шанс преуспеть во взрослой корпоративной жизни, потому что он привык тренироваться до седьмого пота и побеждать.

- **Переехать в большой город.** Несмотря на то, что, благодаря развитию интернета, сегодня можно работать где угодно, шанс преуспеть, работая на Бали или на Аляске, намного меньше, чем если вы живете в Лондоне или Нью-Йорке.

Более 80% мирового ВВП производится в крупных городах. И двадцатилетним лучше жить ближе к деньгам и возможностям, чтобы в 50 лет иметь возможность поселиться в шале в швейцарских Альпах.

- **Развивать карьеру.** Подумайте, чем вы отличаетесь от других эмоционально зрелых, любознательных и вовлеченных людей? В чем вы лучше и где вы это можете продемонстрировать?

Показать себя можно как оффлайн (шахматные соревнования между отделами компании, субботник, публичные выступления), так и онлайн (Instagram, Facebook, YouTube, экспертные публикации в онлайн-СМИ).

Инвестируйте в свои сильные стороны и дотягивайте слабые до среднего уровня.

- **Управлять своей карьерой.** Возьмите на себя ответственность за свою карьеру. Не следуйте за мечтой. Не ищите работу, которую полюбите. Не ждите, пока кто-то поможет и сделает что-то за вас. Следуйте за своим талантом. Поймите, к чему у вас есть способности (чем раньше, тем лучше) и станьте в этом деле лучшим. Если вы станете великим специалистом, завоеуете признание и начнете хорошо зарабатывать, вы полюбите то, что вы делаете, или заработаете достаточно денег, чтобы следовать за мечтой.
- **Тратить меньше, чем зарабатываете, и инвестировать в прибыльные активы.**

Отец автора получает \$45 000 в год — пенсию и проценты от инвестиций. А тратит он \$40 000 в год. Значит, он богатый человек. У некоторых людей семизначный доход, но они бедны, потому что тратят больше, чем у них есть, и не инвестируют.

- **Проявлять лояльность к людям, а не организациям.** Организации не заслуживают любви и признательности и не могут ответить вам взаимностью. Религиозные культы, государства и частные фирмы много веков культивировали преданность своих подданных, прихожан и сотрудников. Молодых людей отправляли на войну, чтобы старики могли сохранить землю и богатство. Корпорации бездушны и глупы. Именно люди меняют корпорации и приводят их к процветанию. И только люди могут оценить вашу преданность. Если ваш босс не заинтересован в вас и не борется за вас, одно из двух: он плохой босс или вы плохой работник.

- **Помнить, что престижные места работы часто нестабильны и финансово невыгодны.** Молодые люди мечтают продюсировать фильмы, работать в Vogue или управлять модным рестораном. Мало кто хочет быть рабочим на сталелитейном заводе. Но внешне привлекательные индустрии сильно перегреты. Возможно, вы получите моральное удовлетворение, работая в модном месте, но финансовое вознаграждение (особенно, если вы новичок) будет невысоким, а перспектива роста — минимальной. Вы столкнетесь с высокой конкуренцией — более молодые и креативные люди будут наступать вам на пятки. Чем раньше вы начнете зарабатывать хорошие деньги, тем быстрее начнете инвестировать и получать пассивный доход. Крупная компания в стабильном экономическом секторе подходит для этого лучше всего.

Скотт Гэллоуэй считает перспективной работу в исследовательских компаниях и охотно в них инвестирует. По мнению автора, они «пахнут деньгами».

- **Стараться устроиться на работу в компанию, которая специализируется на том же, на чем и вы.** Там вы будете работать с лучшими экспертами в своей области и сможете быстро продвинуться.

Если вы инженер, у вас большие перспективы в Google, но если вы специалист по продажам, в Google у вас меньше шансов на блестящую карьеру, чем в компаниях, которые занимаются продажей товаров народного потребления, которые, в свою очередь, не слишком перспективны для инженеров.

- **Заниматься спортом.** Если вы в хорошей форме, вы менее подвержены депрессии, ясно мыслите и лучше спите. Хорошая физическая форма позволяет работать 80 часов в неделю, противостоять стрессу и оперативно решать сложные задачи. Но такой подход работает, только когда вы молоды. Начните заниматься спортом как можно раньше.
- **Просить о помощи и помогать другим.** Если вы планируете добиться успеха, просите о помощи опытных людей и помогайте молодым, но не рассчитывайте на их благодарность.
- **Забывать о балансе.** Чтобы стать успешным после сорока, нужно работать на износ и не спать ночами первые 5–10–15 лет после колледжа. Такова цена успеха.

Скотт Гэллоуэй сегодня живет так, как ему нравится. Пишет книги, читает лекции, путешествует. Но с двадцати двух до тридцати четырех

лет в его жизни была только работа. Его первый брак распался, он полысел, но это того стоило.

3.3. Начать свой бизнес

В какой-то момент многие из нас рассматривают возможность бросить корпоративную карьеру и открыть собственный бизнес. Это очень заманчиво, но подходит далеко не каждому. И дело не в том, достаточно ли вы умны и хороши. Чтобы понять, сможете ли вы стать предпринимателем, ответьте на следующие вопросы.

- **Готовы ли вы к неудаче, о которой узнают все?** Пока у вас нет бизнеса, большинство неудач носят личный характер.

«Я решил, что карьера юриста не для меня», — говорите вы, если вам не хватило баллов для поступления на юрфак. «Я поняла, что мне нужно уделять больше времени семье», — говорит подруга, которую уволили, потому что она не справлялась с работой.

Но в бизнесе все на виду. Если вы настроены исключительно на успех, лучше не начинать. Иначе вы будете чувствовать себя, как первоклассник, намочивший штанишки перед толпой старшеклассников.

- **Вы любите продавать?** Предприниматель — это синоним продавца. Вы продаете вакансии в своей компании, продаете идеи и перспективы инвесторам, продаете свою продукцию клиентам. Вам придется звонить людям, которые не хотят с вами разговаривать, притворяться, что они вам нравятся, терпеть грубое обращение и отказы, но звонить, писать и заводить разговоры в лифте снова и снова.

У Google лучшие в мире алгоритмы, которые помогают определить, кто готов купить ту или иную продукцию прямо сейчас. Но компания продолжает нанимать тысячи продавцов со средним IQ (коэффициент интеллекта) и выдающимся EQ (эмоциональный интеллект), потому что люди все еще продают лучшие машин.

- **Вам некомфортно работать в большой организации?** Успешная работа в корпорации требует уникального набора навыков, который включает умение ладить с людьми, терпеть несправедливое отношение, проявлять гибкость, стараться работать так, чтобы большие боссы заметили и оценили... Но если вы не любите зависеть от других, не желаете уступать и не пытаетесь со всеми ладить, у вас есть шанс стать успешным предпринимателем.

Заключение

Сегодня в мире есть четыре компании, которые могут заработать триллион. Это Apple, Amazon, Google и Facebook. В сумме они уже заработали более 2 триллионов долларов.

Чтобы догнать и перегнать лидеров, нужно, чтобы вы и ваша компания соответствовали восьми критериям:

- создавали лучшие продукты;
- создавали продукты, доступные и востребованные во всем мире;
- могли коротко и емко заявить о потенциале компании, чтобы привлечь инвестиции;
- имели положительный имидж;
- полностью контролировали клиентский опыт;
- использовали искусственный интеллект;
- умели находить и нанимать талантливых сотрудников;
- находились в больших городах и вблизи лучших университетов.

Все великие компании не слишком честные: они не платят налоги, идут на хитрости, воровство и обман (используют интеллектуальную собственность и активы других компаний) и воздействуют на мозг, сердце и гениталии клиентов.

Четверка компаний изменила нашу жизнь, и чтобы преуспеть сегодня, необходимо быть:

- эмоционально зрелым;
- любознательным;
- вовлеченным.

Хотите быть не просто одним из семи миллиардов жителей планеты, а востребованным и хорошо оплачиваемым специалистом? Тогда нужно сделать следующее:

- получить диплом престижного университета или, в крайнем случае, другой сертификат, позволяющий достойно зарабатывать;
- тренироваться и побеждать — с самого детства;
- переехать в большой город;
- развивать свою карьеру и управлять ей;
- тратить меньше, чем зарабатываете, и инвестировать;
- проявлять лояльность к людям, а не организациям;
- стремиться устроиться на работу в компанию, которая специализируется на том, на чем специализируетесь вы, а не туда, где престижно работать;
- заниматься спортом;
- просить о помощи и помогать другим;
- много работать в молодости.

Предприимчивость не имеет ничего общего с уровнем IQ. Прежде чем начать свой бизнес, ответьте на три вопроса.

- Готовы ли вы к неудаче, о которой узнают все?
- Любите ли вы продавать?
- Вам некомфортно работать в большой организации?

Если вы ответили «нет» хотя бы на один вопрос, не стоит рисковать.