



هرچی تو می خواهی

۴۰ درس برای نوع جدیدی از کارآفرینان

نوشته درک سیورز
ترجمه تیم پینگونو

هر چی تو می خوای

۴۰ درس برای نوع جدیدی از کارآفرینان

Derek Sivers

ترجمهٔ تیم پینگونیو

چاپ اول



P I N G O N I O

www.pingonio.com

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by an exclusive arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

تمامی حقوق این اثر، از جمله حق انتشار تمام یا بخشی از آن، محفوظ است. نسخهٔ فارسی این کتاب با اجازه رسمی و انحصاری از ناشر اصلی یعنی پُرتفولیو، که بخشی از گروه انتشارات پنگوئن است، منتشر می‌شود.

سرشناسه: سیورز، درک، ۱۹۶۹ - م. / Sivers, Derek
عنوان و نام پدیدآور: هر چی تو می‌خوای: ۴۰ درس برای نوع جدیدی از کارآفرینان / درک
سیورز؛ ترجمه تیم پینگونینو
مشخصات نشر: تهران: پنگوین آبی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری: ۸۷ص.
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی:
Anything you want: 40 lessons for a new kind of entrepreneur
عنوان گسترده: چهل درس برای نوع جدیدی از کارآفرینان .
موضوع: کارآفرینی / کسب و کار خرد
شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۴۷۸۷۸
فهرست‌نویسی کامل در آدرس زیر موجود است:
<http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/5147878>

هر چی تو می‌خوای نوشته درک سیورز، ترجمه تیم پینگونینو

مدیر ترجمه: آرش میلانی

ویراستاران: طاهره پورخلیل ممقانی، مرتضی پرورش و فاطمه بیگی

نام فونت متن: پرستو • طراح فونت: صابر راستی کردار

نوبت چاپ: اول • تاریخ چاپ: پاییز ۱۳۹۸ • شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

ناشر: انتشارات پنگوئن آبی • چاپخانه: شمسه خوش نگار




شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۱۲۹-۰-۴

قیمت: ۲۴,۰۰۰ تومان

تولید شده به سفارش پینگونینو

وبسایت: www.pingonio.com

ایمیل: info@pingonio.com

شبکه‌های اجتماعی: pingonio   

2019-01-01

Thanks to Arash Milani
and the Dingonio team
for the official Farsi
translation of my book
"ANYTHING YOU WANT"!

-Derek Sivers

مجوز انحصاری ترجمه و نشر کتاب



Penguin
Random
House

Foreign language license agreement

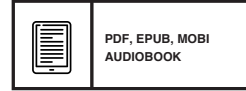
Agreement made as of the 10th day of September 2018 by and between **Portfolio**, an imprint of **Penguin Publishing Group**, a division of Penguin Random House LLC, at 375 Hudson Street, New York, New York 10014 USA (the "Licensor") and **Pango'an e Abi (Blue Penguin Publication)** at Tehran, Iran (the "Licensee"). Whereby it is mutually agreed as follows respecting the literary work published by the Licensor as **Anything you want** (the "Book") by **Derek Sivers** (the "Author").

The Licensor hereby grants to the Licensee the **sole and exclusive** license to translate, print, publish and sell at its own cost and expense the said Book in a printed paperback and electronic book form in the **Farsi** language (the "Work"), subject to all the terms and conditions of this Agreement, in the following territory: **World**.

Leigh F Butler

Leigh F Butler
Senior Vice President
Subsidiary Rights
Penguin Publishing Group,
a division of Penguin Random House LLC

شما می‌توانید نسخه صوتی کتاب و همین‌طور نسخه الکترونیک آن را در فرمت‌های mobi، epub و pdf از آدرس www.kangonio.com تهیه کنید.



کاغذ استفاده شده در این کتاب از نوع سوئدی یا بالکی است که جزو مرغوب‌ترین کاغذهای موجود در بازار است. رنگ این کاغذها سفید نیست و در نتیجه نور محیط با تابش بر روی آن کمتر منعکس می‌شود و چشمان شما حین مطالعه کمتر خسته می‌شوند. در ضمن چون این کاغذها وزن بسیار کمتری نسبت به سایر کاغذها دارند، دست شما به هنگام مطالعه کمتر خسته می‌شود.



سازمان FSC سازمانی غیرانتفاعی و بین‌المللی است و رسالت آن مدیریت بامسئولیت جنگل‌های جهان است. محصولاتی که با لوگوی این سازمان عرضه می‌شوند برای اطمینان خاطر مشتریان از تولید این محصولات از جنگل‌هایی است که به صورت درست مدیریت می‌شوند تا پاسخگوی نیازهای اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی نسل فعلی و آیندگان باشند. کنید.



برای استفاده از خدمات رایگان پیامکی پینگونیو برای این کتاب، از قبیل ارسال بخشی از جملات کتاب به عنوان یادآوری، لطفاً عدد ۳۰۰۰۸۹۳۳۳۳ شماره رو به شماره ۹۷۸۶۲۲۹۹۱۲۹۰۴ ارسال کنید.



فهرست مطالب

- ۱ پیش‌گفتار
- ۵ ده سال تجربه در یه ساعت
- ۶ قطب‌نمای شما چیه؟
- ۸ من فقط داشتم سی‌دی‌هام رو می‌فروختم
- ۱۰ رؤیایی رو محقق کنین
- ۱۲ مدل کسب‌وکاری فقط با دو عدد
- ۱۳ انقلابی در کار نیست

- اگه چیزی جواب نمی‌ده، عوضش کنین ۱۴
- «بله» نداریم؛ یا « آآآرره » یا «نه» ۱۶
- به‌همین‌سادگی برنامه من به‌کلی عوض شد ۱۷
- خوبیِ نداشتنِ سرمایه ۱۸
- دست‌به‌کار بشین؛ نیازی به سرمایه نیست ۲۰
- ایده‌ها فقط مضر بی از اجرا هستن ۲۲
- تشریفات اداری ناشی از ترس شما هستن؛ شجاعانه ردّشون کنین ۲۳
- قدرت مشتری‌های کوچیک با تعداد بالا ۲۵
- با اطمینان بی خیال مردم بشین ۲۷
- چرا باید بی خیال تبلیغات بشیم؟ ۲۹
- یکی از چندین و چند گزینه روی میز ۳۰
- نیازی به چشم‌انداز و برنامه جامع ندارین ۳۲
- دلم برای مافیا تنگ شده ۳۳
- سنگ محک شما چیه؟ ۳۵
- به مشتری‌هاتون بیش‌تر از خودتون اهمیت بدین ۳۶
- طوری رفتار کنین که انگار نیازی به پول ندارین ۳۷
- همه رو به‌خاطر اشتباهِ یه نفر مجازات نکنین ۳۸
- یه انسان واقعی مثل خود شما ۴۰
- باید درد واضح‌نبودن رو بکشین ۴۳
- بهترین ایمیلی که تو عمرم نوشتم ۴۴

- چیزهای کوچیک، تغییرات بزرگ ایجاد می‌کنن..... ۴۶
- روش‌های ساده بهتر جواب می‌دن..... ۴۹
- استعفای یه تازه‌کار..... ۵۰
- واسه بزرگ‌شدن آماده باشین..... ۵۲
- چیزی بودن اهمیت داره، نه چیزی داشتن..... ۵۳
- روزی که استیو جابز حالم رو گرفت..... ۵۷
- اشتباه ۳/۳ میلیون دلاری من..... ۶۲
- کارها رو به دیگران بسپارین یا اینکه زیر فشارشون بمیرین..... ۶۵
- هر چی تو می‌خوای..... ۶۹
- اعتماد کن، اما بازبینی یادت نره..... ۷۱
- تفویض اختیار، نه تسلیم اختیار..... ۷۳
- چه‌طور فهمیدم به آخرِ خط رسیدم..... ۷۵
- چرا شرکت‌تم رو به یه خیریه بخشیدم..... ۷۸
- تو خالق دنیای ایده‌آل خودتی..... ۸۰

پیش‌گفتار

روزی چند یهودی در کنیسه‌ای دعا می‌خواندند. ناگهان صدای کودکی را شنیدند که می‌گفت: «الف، ب، پ، ت، ث، جیم و...» سعی کردند ذهن‌شان را بر کتاب مقدس متمرکز کنند اما صدا تکرار شد. سرانجام دست از دعا کشیدند و وقتی به اطراف نگاه کردند پسری را دیدند که مدام حروف الفبا را تکرار می‌کرد. خاخام به پسرک گفت: چرا این کار را می‌کنی؟ پسرک جواب داد: من دعا‌های مقدس را بلد نیستم. فکر کردم اگر حروف الفبا را بخوانم خدا خودش از این حروف استفاده می‌کند تا کلمات درست را بسازد.

«هرچی تو می‌خوای» باارزش و مقدس است چون برای من حکم آن الفبا را دارد. بعد از نزدیک به بیست سال مطالعه، استفاده از ساعت‌ها ویدئو و شرکت در دوره‌های آموزشی و ملاقات با ده‌ها نفر استاد و مربی و مشاور در داخل و خارج از کشور در حوزه مدیریت و کسب‌وکار، انگار هنوز اصل مطلب برای من روشن نشده بود. گویی رازی وجود داشت که یک عده اصلاً خبر نداشتند و یک عده سعی داشتند آن را با روش‌ها و فرمول‌های پیچیده تفسیر کنند.

چرا کسب‌وکاری راه اندازی می‌شود؟ ایده یک کسب‌وکار خوب از کجا می‌آید؟ چگونه پا می‌گیرد و رشد می‌کند؟ تفاوت کسب‌وکارِ موفق و ناموفق چیست؟

جواب تک‌تک این سوال‌ها و صدها سوال دیگر در نهایت به انسان‌ها می‌رسد. بله، فرمول اصلی و آن شاه‌کلید، «انسان» بود. کسب‌وکارها راه‌اندازی می‌شوند تا نیازی از انسان‌ها را پاسخ دهند. ایده یک کسب‌وکار خوب از فصل مشترک علاقه‌ها، مهارت‌ها و استعدادهای خودم (به عنوان یک انسان) و چیزی که مردم را خوشحال و راضی می‌کند و از درد و غم و استرس آن‌ها کم می‌کند می‌آید. کسب‌وکارها رشد می‌کنند اگر انسان‌های بیشتری را راضی و خوشحال کنند. کسب‌وکاری موفق است که می‌داند انسان‌ها از او چه انتظاری دارند و اگر انسان‌ها در هر مرحله‌ای نادیده گرفته شوند نتیجه جز شکست نخواهد بود.

بله واقعاً همین قدر ساده و معمولی بود فرمولِ دنیای پیچیده کسب‌وکار؛ توجه به انسان‌ها به عنوان هدف و نه نتیجه. صد افسوس که ما در مقوله کسب‌وکار جای این دو رو اشتباه می‌گیریم. هدف می‌شود کسب درآمد، و نتیجه...؟! به ندرت و با صرف کلی وقت و انرژی و سرمایه هنگفت، شاید رضایت مشتری آن هم موقت. بعد مجبور می‌شویم دست به دامن روش‌ها و استراتژی‌های جذب مشتری و افزایش وفاداری و ارتقای نرخ فلان و ضریب بهمان باشیم. اما تصور کنید هدف هر کسب‌وکاری تامین یکی از نیازهای واقعی و خوشنود کردن انسان‌ها از این راه باشد. بدون شک نتیجه موجب شگفت‌زدگی خواهد شد.

این کتاب، داستانی واقعی یک کسب‌وکار از تولد تا بلوغ است که به خوبی رویکرد انسان‌محور در کسب‌وکار را نشان می‌دهد و ثابت می‌کند که می‌شود در هر تصمیم کوچک و بزرگی دغدغه انسان‌ها را داشت و در عین حال صاحب بیزینسی میلیون دلاری شد. نشان می‌دهد کسب‌وکار هم به رغم تمام پیچیدگی‌هایش می‌تواند مثل خود زندگی ساده و لذت‌بخش باشد، می‌تواند مملو از عشق باشد، اگر انسان‌ها رو ببینیم و به آن‌ها توجه کنیم. اگر به جای بیشتر «داشتن» به مفید «بودن» و بهتر «شدن» فکر کنیم. درک سیورز تعریف می‌کند چطور با اینکه پول و سرمایه‌ای نداشت توانست آهسته و گام‌به‌گام مسیری که دوست داشت را طی کند و با حفظ ارزش‌های خود که همان توجه به انسان‌ها است و البته با تمرکز بر حل مشکلاتی که خودش تجربه کرده بود به موفقیت

عظیمی دست پیدا کند.

داستان زندگی و کسب‌وکار درک سیورز تفسیر عینی این جمله از کنفسیوس است که: «به جای لعنت فرستادن به تاریکی، شمع روشن کن». بله فقط یک شمع روشن کن نه یک مشعل یا چلچراغ؛ یک حرکت کوچک، یک گام ناچیز. اما آن را انجام بده. سفر را شروع کن تا مسیر خودش را به تو نشان دهد. بدون برنامه‌های بلند مدت استراتژیک آن‌چنانی، حتی بدون تصور شفاف و روشنی از هدف و مقصد نهایی. بدون انتظارات عجیب و غریب از خودت. تنها با شروع کردن، با برداشتن قدم اول، داستان شروع می‌شود و ادامه آن در اختیار ما نیست.

از دوست بسیار عزیزم آرش میلانی بابت این کتاب به اندازه تمام بیست سال قبل از آن و سالهای پیش رو سپاسگزارم و برای شما اگر این گنج را زودتر از موعد در خانه خود یافته اید از صمیم قلب آرزو می‌کنم قدرش را بدانید؛ که الفبا را به شما می‌دهد تا نیازی به دعا‌های مقدس نداشته باشید.

آرش مدرسی
پاییز ۱۳۹۸
تهران، ایران

ده سال تجربه در یه ساعت

من از سال ۱۹۹۸ تا سال ۲۰۰۸ یه تجربه عجیب داشتم: شروع پروژه‌ای کوچیک در حد یه سرگرمی و تبدیلیش به یه کسب‌وکار بزرگ و دست‌آخر فروشش به مبلغ بیست و دو میلیون دلار. به‌همین خاطر، مردم دوست دارن فکرها و نظرات من رو بدونن.

مردم از تجربه‌هام تو این ده سال می‌پرسن و من داستان‌هام رو برایشون تعریف می‌کنم. خیلی از این داستان‌ها درباره اشتباه‌هاییه که تو این مدت مرتکب شدم و بعضی‌هاشون برام خیلی گرون تموم شدن.

وقتی مردم درباره شغل و زندگی‌شون ازم مشاوره می‌خوان، من روش خودم رو برای حل اون مشکلات توضیح می‌دم. خُب، روش من فقط یکی از روش‌های ممکنه و حتی خودم می‌تونم درباره اینکه چرا این روش‌ها می‌تونن اشتباه باشن، باهاتون بحث کنم.

هیچ‌وقت نخواستم که بقیه شبیه من باشن. من آدم عجیب‌وغریبی‌ام و ممکنه چیزی که به‌درد من می‌خوره، به‌کار بقیه نیاد. حالا چرا شما دارین این کتاب رو می‌خونید؟ چون خیلی‌ها فکر می‌کردن داستان‌ها و تجربه‌های من توی این ده سال، ارزش شنیدن رو داره.

این کتاب شالوده درس‌هاییه که توی این ۱۰ سال یاد گرفتم و شما می‌تونین اون رو در عرض یه ساعت بخونین. امیدوارم که این ایده‌ها هم توی زندگی و هم توی کسب‌وکار، به‌دردتون بخورن. همین‌طور امیدوارم که با بعضی از اون‌ها موافق نباشین و برام درباره نوع نگاه خودتون ایمیل بفرستین؛ چون این همون چیزیه که من دنبالشم، من یه دانشجوآم نه یه استاد.

قطب‌نمای شما چیه؟

اکثر آدم‌ها دلیل کارهایی که انجام می‌دن رو نمی‌دونن. به بقیه نگاه می‌کنن و ازشون تقلید می‌کنن. اجازه می‌دن باد، کشتی زندگی‌شون رو به هر سمتی که می‌خواد، ببره. کُل عمرشون دنبال چیزهایی هستن که دیگران بهشون توصیه کردن، بدون اینکه متوجه باشن این مسیر قرار نیست خوشحال‌شون کنه.

شما فقط به‌بار زندگی می‌کنین. جوری زندگی نکنین که تو بستر مرگ، حسرت این رو بخورین که به‌جای دنبال‌کردن آرزوی بزرگ‌تون، حواس‌تون به چیزهای کوچیک و بی‌ارزش پرت شده. شما باید بدونین چه چیزی خوشحال‌تون می‌کنه و چه کاری ارزش انجام دادن داره.

همین‌طور که داستان‌های کتاب رو می‌خونین، به چند الگوی مشترک می‌رسین. این الگوها فلسفه من هستن؛ باتوجه به ده سال تجربه شروع و رشد دادن یه کسب‌وکار کوچیک:

- هدف کسب‌وکار پول نیست؛ هدف کسب‌وکار رسیدن به رؤیاهای خودتون و دیگرانه.
- تأسیس یه شرکت راه خوبی برای بهترکردن دنیا و همین‌طور ارتقای شخصی خودتونه.
- وقتی شرکتی رو می‌سازین، درواقع دارین آرمان‌شهرتون^۱ رو می‌سازین؛ جایی که دنیای آرمانی خودتون رو طراحی می‌کنین.
- هیچ‌وقت کاری رو صرفاً برای پول انجام ندین.

۱. آرمان‌شهر یا Utopia به جامعه یا سرزمینی گفته می‌شود که از نظر اعضا و شهروندان، بی‌عیب و نقص باشد. این بی‌عیب و نقص بودن می‌تواند در زمینه‌های مختلف باشد و در نتیجه آرمان‌شهر ممکن است اقتصادی، سیاسی، فرهنگی یا در سایر حوزه‌ها مدنظر باشد. - مترجم

- کسب‌وکار رو فقط برای سود شخصی راه نندازین؛ به‌دنبال کمک به دیگران باشین.
 - موفقیت، از طریق پافشاری برای بهبود و نوآوری به‌دست میاد، نه پافشاری روی کاری که نتیجه‌ای نمی‌ده.
 - طرح کسب‌وکار شما فقط یه توهمه؛ نمی‌تونین بدون انجام کاری بفهمین که مردم واقعاً چی می‌خوان.
 - شروع بدون سرمایه، یه مزیتته؛ برای کمک به مردم نیازی به پول نیست.
 - نمی‌تونین همه رو راضی نگه دارین؛ با خیال راحت یه عده رو حذف کنین.
 - کاری کنین که چرخ کسب‌وکارتون بدون شما هم بچرخه.
 - هدف واقعی انجام هر چیزی شادبودنه؛ پس فقط کاری رو بکنین که خوشحال‌تون می‌کنه.
- معنی این جمله‌ها چیه؟ هدف چیه؟ شما چه‌طور باید این‌ها رو تو شرایط خودتون به‌کار ببرین؟
- حُب... من دوست ندارم زیاد درباره خودم حرف بزنم، اما برای اینکه این نکته‌ها روشن‌تر بشن، باید داستان خودم رو براتون تعریف کنم.

من فقط داشتم سی‌دی‌هام رو می‌فروختم

داستان من از سال ۱۹۹۷ شروع می‌شه، وقتی که یه آهنگ‌ساز حرفه‌ای بیست‌وهفت ساله بودم. کار تمام‌وقت من نواختن موسیقی بود و از این طریق پول درمیاوردم. اجراهای زنده زیادی در آمریکا و اروپا داشتم. درضمن برای خیلی‌ها آهنگ می‌ساختم یا کارهاشون رو تدوین می‌کردم و یه استودیوی ضبط کوچیک هم داشتم. البته آهنگ‌ساز و مدیر اجرایی یه سیرک هم بودم.

موجودی حساب بانکیم همیشه کم بود، ولی هیچ‌وقت حسابم خالی نبود. با پولی که درآوردم، تونستم یه خونه تو منطقه ووداستاک در نیویورک بخرم. سبک زندگی من رؤیای هر آهنگ‌سازی بود.

همون موقع‌ها بود که یه سی‌دی از آهنگ‌هام درست کردم و توی کنسرتم ۱۵۰۰ نسخه ازش فروختم. دوست داشتم آهنگ‌هام رو آنلاین هم بفروشم، اما اون‌موقع هیچ سرویسی وجود نداشت که توش بشه آهنگ‌های مستقل رو فروخت. با چند تا از فروشگاه‌های آنلاین موسیقی تماس گرفتم و همشون بهم گفتن که امکان فروش مستقل وجود نداره. تنها راهی که می‌تونستم سی‌دی آهنگ‌هام رو آنلاین بفروشم، این بود که از طریق یکی از توزیع‌کننده‌های بزرگ موسیقی اقدام کنم.

فروش آهنگ از طریق توزیع‌کننده‌ها کار طاقت‌فرسایی بود. بستن قرارداد پخش به‌اندازه بستن قرارداد ضبط، سخت بود. همه از توزیع‌کننده‌ها بیزار بودن، چون هزاران سی‌دی ازت نسبی می‌گرفتن و پولش رو یه سال بعد می‌دادن. شرکت‌های ضبطی که وضع‌شون خوب بود و جیب‌شون پر از پول، تو بهترین جاها تبلیغ می‌شدن، ولی تبلیغات بقیه، اون گوشه‌کنارها بود و خوب دیده نمی‌شدن. تازه اگه موسیقی کسی توی چند ماه اول خوب نمی‌فروخت، سریع از سیستم توزیع حذفش می‌کردن.

مشکل من این نبود که توزیع‌کننده‌ها بدجنس هستن؛ مشکل، سیستم مزخرف و قدیمی توزیع بود و من اصلاً علاقه‌ای به بازی با قواعد این سیستم نداشتم. این‌جوری شد که وقتی وب‌سایت‌های فروش سی‌دی بهم گفتن که برای فروش

آهنگ‌ها را باید از طریق توزیع‌کننده‌ها اقدام کنم، من هم گفتم «به‌درک؛ اصلاً وب‌سایت فروش سی‌دی خودم رو راه می‌اندازم. مگه چه قدر می‌تونه سخت باشه!»

ولی در عمل خیلی سخت بود! تو سال ۱۹۹۷ هنور پی‌پال (PayPal) وجود نداشت؛ واسه همین هم من مجبور شدم یه حساب تجاری برای دریافت پول با کارت اعتباری باز کنم که بعد از سه ماه کاغذبازی، برام هزار دلار آب خورد. حتی بانک یه بازرس هم فرستاد تا مطمئن بشه کسب‌وکار من واقعی و قانونیه. بعدش، باید می‌فهمیدم چه جور می‌شه یه سبد خرید در وب‌سایتم درست کنم. من هیچی از برنامه‌نویسی نمی‌دونستم. درنهایت با کلی سعی و خطا یه سری کُد رو از کتاب‌های برنامه‌نویسی کپی کردم. بالأخره با کلی تلاش، تونستم یه دکمه «خرید» تو وب‌سایتم بذارم. این کار تو سال ۱۹۹۷، کار بزرگی بود.

وقتی به دوست‌های آهنگ‌سازم گفتم که همچین کاری کردم، یکی شون گفت «آهنگ‌های من رو هم می‌تونی بفروشی؟» چند لحظه با خودم فکر کردم و گفتم «حتماً، چرا که نه؟». چند ساعتی طول کشید تا اینکه اطلاعات دوستم رو هم به وب‌سایت اضافه کردم و دست‌آخر یه صفحه جدا واسه آهنگ‌های رفیقم درست کردم. من این کار رو کاملاً رفاقتی انجام دادم. بعدش دوتا دیگه از دوست‌هام ازم خواستن که سی‌دی‌های اون‌ها رو هم بفروشم. بعد از مدتی، تماس‌هایی از آدم‌های غریبه داشتم که می‌گفتن «دوستم دیوید می‌گفت که شما می‌تونین سی‌دی‌های من رو تو وب‌سایت‌تون بفروشین». این تماس‌ها و ایمیل‌ها همین‌طوری ادامه داشت و من هم به همه‌شون جواب مثبت می‌دادم.

دوتا از آدم‌های معروف در حوزه موسیقی آنلاین من رو تو خبرنامه‌شون معرفی کردن که این خودش باعث شد پنجاه آهنگ‌ساز دیگه به سایت اضافه بشن. ممنون برابان بیکر و دیوید هوپر به‌خاطر این کارتون.

من داشتم رفاقتی کمک می‌کردم تا دوستانم سی‌دی‌هاشون رو بفروشن که...

رؤیایی رو محقق کنین

فروش سی‌دی‌های دوستانم وقت زیادی ازم می‌گرفت. یه‌هو چشم باز کردم و متوجه شدم خیلی تصادفی یه کسب‌وکار شروع کردم. ولی من نمی‌خواستم کسب‌وکاری شروع کنم. من زندگی رؤیایی خودم رو به‌عنوان یه آهنگ‌سازِ تمام‌وقت دوست‌داشتم. نمی‌خواستم هیچ چیزی این زندگی رؤیایی رو خراب کنه. پس با خودم فکر کردم که اگه یه مسیر خیلی آرمانی و تخیلی برای کسب‌وکار جدیدم در نظر بگیرم، می‌تونم مانع رشدش بشم. تصمیم گرفتم به‌جای اینکه بخوام بزرگش کنم، کوچیک نگهش دارم؛ این یعنی نقطه مقابل بلندپروازی. پس مجبور بودم به روشی فکر کنم که مخالف بلندپروازی باشه.

نشستم و قرارداد رؤیایی یه آهنگ‌ساز با شرکت‌های توزیع موسیقی رو نوشتم. توزیع‌کننده آثار من در دنیای آرمانی این‌طوری بود:

- سهمم از فروش رو هفتگی بهم پرداخت می‌کرد.
- نام کامل و آدرس خریدارهای سی‌دی‌هام رو بهم می‌داد؛ چون اون‌ها طرفدارهای من بودن، نه طرفدارهای توزیع‌کننده.
- هرگز من رو به‌خاطر فروش کم آثارم کنار نمی‌داشت؛ حتی اگه در عرض پنج سال فقط یه سی‌دی فروخته‌باشم، اثر من سر جاش باقی می‌موند تا اگه کسی دلش خواست، بتونه اون رو بخره.
- ترتیب نمایش آثار و رده‌بندی اون‌ها هرگز پولی نبود؛ چون برای کسانی که توانایی پرداخت این پول رو نداشتن، عادلانه نبود.

این چهار مورد مأموریت‌های من بودن و این مأموریت‌ها رو دوست داشتم. یه سرگرمی هیجان‌انگیز برام ایجاد شده‌بود. اسمش رو CD Baby گذاشتم و سی‌دی‌های دوست‌هام رو توش منتشر کردم.

همین چهار نکته رو توی وب‌سایت نوشتم و در هر کنفرانسی که شرکت می‌کردم، درباره‌شون صحبت می‌کردم و مطمئن می‌شدم هر کسی که با من کار می‌کنه،

اون‌ها رو می‌دونه.

نکته کلیدیِ ماجرا اینه که من نمی‌خواستم به کسب‌وکار بزرگ راه‌بندازم. من فقط داشتم به مورد خاص رو توی دنیایِ آرمانیِ خودم تصوّر می‌کردم.

وقتی کسب‌وکاری می‌سازین، دنیای کوچیکی بنا می‌کنین که همهٔ قوانینش در اختیار شماست. این دنیای کوچیک، آرمان‌شهرتونه.

وقتی رؤیای خودتون رو به حقیقت تبدیل می‌کنین، اون رؤیا برای خیلی‌های دیگه هم محقق می‌شه.

مدل کسب‌وکاری فقط با دو عدد

مثل خیلی‌ها من هم نمی‌دونستم چه‌طور باید خدماتی که ارائه می‌دم رو قیمت‌گذاری کنم. برای همین به یه فروشگاه موسیقی تو ووداستاک رفتم که سی‌دی نوازنده‌های محلی رو هم می‌فروخت.

از خانم فروشنده پرسیدم «چه‌طور می‌تونم سی‌دی خودم رو این‌جا بفروشم؟» جواب داد «شما قیمت فروش رو هر چی که بخواین می‌ذارین. ما چهار دلار ثابت برمی‌داریم و هفتگی باهاتون تسویه می‌کنیم.»

من هم برگشتم خونه و تو سایت cdbaby.com نوشتم «شما قیمت فروش رو هرچی که بخواین می‌ذارین. ما چهار دلار ثابت برمی‌داریم و هفتگی باهاتون تسویه می‌کنیم.» با خودم فکر کردم اگه این مدل برای اون خانم مناسب باشه، پس به‌احتمال زیاد برای وب‌سایت جدید من هم مناسبه. چون اضافه‌کردن هر آلبوم جدید به سایت، حدود چهل و پنج دقیقه وقت می‌گرفت، باید برای جبران وقتم بیست و پنج دلار به‌ازای هر آلبوم می‌گرفتم. این عدد نشون می‌ده اون‌موقع من فکر می‌کردم ارزش کارم ساعتی بیست و پنج دلاره. چند روز بعد، با خودم فکر کردم سی و پنج دلار فرق زیادی با بیست و پنج دلار نداره و حسّ مشابهی منتقل می‌کنه. واسه‌همین، قیمت رو به سی و پنج دلار به‌ازای هر آلبوم افزایش دادم. با این قیمت دستم برای دادن تخفیف باز بود و به‌هرحال سود هم می‌کردم.

همین! طی شش ماه بعد از این تصمیم، من ده‌میلیون دلار درآمد کسب کردم و منبع اصلی این درآمد همین دو عدد بود: سی و پنج دلار بابت قراردادن هر آلبوم در وب‌سایت و چهار دلار بابت فروش هر سی‌دی.

طراحی یه کسب‌وکار نباید بیشتر از چند ساعت وقت ببره، یا حتی چند دقیقه. مدل‌های کسب‌وکار ساده بهتر جواب می‌دن. یه بررسی اجمالی و دودوتا چهارتای ساده کافیه تا متوجه بشین عددهایی که در ذهن دارین، باهم جور درمیان یا نه. بقیه چیزها جزئیاتِ کاره.

انقلابی در کار نیست

بعد از پنج سال از شروع CD Baby، درست زمانی که به یه موفقیت بزرگ تبدیل شده بود، رسانه‌ها من رو به‌عنوان کسی که انقلابی در صنعت موسیقی ایجاد کرده، معرفی می‌کردن. اما مردم واژه «انقلاب» رو فقط زمانی به‌کار می‌برن که موفقیتی کسب کرده باشین؛ تا قبل از اون، شما فقط یه آدم عجیب‌وغریب هستین که کارها رو به شکلی متفاوت انجام می‌ده. تصورِ اغلبِ مردمِ اینه که انقلاب باید کلی سروصدا، مشت‌های گره‌کرده و خون‌وخون‌ریزی داشته باشه. اگه فکر می‌کنین که عشقِ واقعی شبیه داستان رومئو و ژولیت^۲، تابه‌حال زیبایی رابطه‌ای که آهسته رشد می‌کنه و روزبه‌روز عمیق‌تر می‌شه رو تجربه نکردین. اگه نشستین تا یه روز، رسالتِ زندگی‌تون بهتون وحی بشه، دارین خودتون رو از دل خوشی‌های کوچیک زیادی که تو زندگی‌تون اتفاق می‌افته و می‌تونین شیفته‌شون بشین محروم می‌کنین. اگه فکر می‌کنین که انقلاب در حوزه کاری شما، چیزی شبیه جنگه، به اهمیتِ خدمت‌کردن به مردم پی نبردین.

وقتی قراره اتفاق فوق‌العاده‌ای رو رقم‌بزنین، احساس‌تون اینه که دارین کارِ عجیب‌وغریبی می‌کنین و به‌هیچ‌وجه حس نمی‌کنین که آغازگر یه انقلابید.

۲. رومئو و ژولیت، تراژدی نوشته‌شده توسط ویلیام شکسپیر است که داستان عشق دو نفر به همین نام‌ها از دو خانواده بزرگ و رقیب در شهر ورونا است. این دو خانواده با یکدیگر دشمنی و اختلاف دیرینه دارند و این داستان پر از مرگ‌های تراژیک است. - مترجم

اگه چیزی جواب نمی‌ده، عوضش کنین

برای اولین بار تو زندگیم چیزی ساخته بودم که مردم واقعاً اون رو می‌خواستن. قبل از اون برای دوازده سال، به‌روش‌های مختلف برای موفقیت پروژه‌هام تلاش کرده بودم. همه روش‌های بازاریابی، شبکه‌سازی و کانال‌های فروش رو امتحان کرده بودم. همیشه حس می‌کردم که دارم با زندگی می‌جنگم. حسّم این بود که مدام سعی می‌کنم درهایی که به روم بسته شدن رو باز کنم؛ پیشرفت می‌کردم اما با تلاش خیلی زیاد.

ولی الان... باورکردنی نبود. مثل این می‌موند که آهنگی بسازم و یه هو مشهور بشه. یه آهنگ‌ساز درطولِ عمرش صدتا آهنگ می‌سازه، ولی یکی از اون‌ها ممکنه خیلی اتفاقی تأثیر عمیقی روی مردم بذاره و مشهور بشه. کی می‌دونه چرا؟ لزوماً اون آهنگ از بقیه آهنگ‌هاش بهتر نیست. اما ابر و باد و مه و خورشید و فلک به‌کار می‌افتن و مردم عاشق اون آهنگ می‌شن.

به‌محض اینکه آهنگی مشهور می‌شه، یه‌هوایی همه اون درهای بسته باز می‌شن. مردم اون‌قدر کارت رو دوست دارن که خودِ اون کار، خودش رو تبلیغ می‌کنه. به‌جای تلاش برای ایجاد نیاز در مردم، این‌بار حجم زیادی از تقاضا رو مدیریت می‌کنی.

حُب، از این موضوع چه درسی می‌شه گرفت؟

همه‌مون درباره اهمیت داشتنِ پشتکار، مُصِربودن و سماجت در کار شنیدیم. ولی من این قضیه رو اشتباهی فهمیده بودم؛ موفقیت از سماجت در بهبود و نوآوری ایجاد می‌شه، نه از اصرار به انجام کاری که نتیجه نمی‌ده.

همه ما تعداد زیادی ایده و پروژه داریم. وقتی یکی از پروژه‌هاتون رو به مردم نشون دادین و ازش جواب نگرفتین، رهاش کنین و اصرار بی‌جا نداشته باشین. چند قدم برگردید عقب و برید سراغ بهبود و نوآوری ایده و پروژه‌تون.

هر ایده جدید یا هر بهبودی در ایده قبلی رو به بقیه نشون بدین. اگه چند نفر گفتن «وای، عالیه، من این رو می‌خوام. حاضرم بابتش پول بدم.» اون وقت شاید باید انجامش بدین. اما اگه جوابشون چیزی کمتر از این بود، بهتره بی‌خیالش بشین.

عمرتون رو با جنگیدن، برای بازکردن درهای بسته هدر ندین. هر روز ایده‌تون رو بهتر کنین و نوآوری داشته باشین تا به اون نتیجه‌ای که می‌خواین برسین.

«بله» نداریم؛ یا «آآرره» یا «نه»

اگه شما از اون تیپ، آدم‌های پرمشغله هستین که یه سر دارن و هزار سودا، می‌تونین از این قاعده استفاده کنین. اگه در جواب یه درخواست دل‌تون نخواد که بگین «معلومه که آآرره!»، حتماً بگین «نه». وقتی تو دوراهی انجام دادن یا انجام ندادن یه کار گیر کردین، اگه احساس‌تون این نبود که «وای، عالیه! حتماً باید انجامش بدم»، انجامش ندین. وقتی به خیلی از کارها «نه» بگین، تو زندگی‌تون کلی جا باز می‌شه تا روی کارهای هیجان‌انگیز تمرکز کنین. اگه همایشی که دعوت شدین یا پروژه جدیدی که بهتون پیشنهاد شده هیجان‌زده‌تون نمی‌کنه، بی‌خیالش بشین.

سر همه ما شلوغه و همین الان هم کلی کار برای انجام‌دادن داریم. کمتر «بله» گفتن می‌تونه راه نجات از این وضعیت باشه.

به همین سادگی برنامه من به کلی عوض شد

اوایل تصورم این بود که CD Baby به جور درگاه بانکیه که برای هر آهنگ ساز یه صفحه اختصاصی می‌ده تا به مشتری‌هاشون بگن «برو فلان سایت و سی‌دیم رو بخر» و با یه کلیک ساده روی دکمه خرید، پرداخت صورت می‌گیره. بعد، کاربر به سایت همون آهنگ ساز برگشت داده می‌شه. یه چیزی شبیه PayPal، ولی دو سال قبل از تولدش.

روزی که CD Baby رو راه انداختم، دومین مشتریم از هلند بود. یه هفته بعد از سفارش، یه ایمیل برام فرستاد و پرسید «چیز جدیدی منتشر نشده؟»

چیز جدید؟ درست متوجه منظورش نشدم و ازش پرسیدم برای چی می‌خواه بدونه چه کسایی از سرویس درگاه بانکی من استفاده می‌کنن.

جواب داد «اوه، ببخشید... من فکر کردم سایت شما یه فروشگاه اینترنتیه.»

فروشگاه؟ چه جالب! اون فکر می‌کنه سایت من یه فروشگاهه. تا حالا این جور یه بهش فکر نکرده بودم. اگه بتونم وبسایت رو یه جور یه تغییر بدم که شبیه فروشگاه باشه، می‌تونم با فروختن موسیقی دوست‌هام به افراد کاملاً غریبه، لطف بزرگ‌تری بهشون بکنم. به همین سادگی برنامه من به کلی عوض شد.

پنج سال بعد، وقتی فروشگاه موسیقی آی‌تونز (iTunes) راه افتاد، اپل (Apple) از ما خواست که توزیع‌کننده دیجیتال باشیم و هر آلبوم جدید رو توی آی‌تونز هم منتشر کنیم. تا اون لحظه من درباره‌ش فکر هم نکرده بودم، اما گفتم باشه.

باز هم به همین سادگی برنامه من به کلی عوض شد. هر زمانی که فکر می‌کنین فهمیدین کسب‌وکار شما چه کاری قراره انجام بده، این جمله رو از استیو بلنک (Steve Blank)، کارآفرین سریالی، به یاد داشته‌باشین «هیچ طرح کسب‌وکاری نمی‌تونه در مواجهه با اولین مشتری دووم بیاره.»

شما می‌توانید نسخه‌های چاپی، الکترونیکی و صوتی این کتاب و همین‌طور کتاب‌های دیگر ما را از فروشگاه آنلاین کانگونو تهیه کنید:
www.kangonio.com • books@kangonio.com