



UŽU – MDM

DATUM: _____

“Ni ovir. Ovire vidimo samo takrat, kadar odmaknemo pogled od cilja. Ne verjamete? Preberite zgodbo in verjeli boste. Morate verjeti.”

Richard Branson. Uspešen poslovnež, pa čeprav ima disleksijo, ki mu predstavlja oviro že celo življenje. Zaradi nje je pustil šolo. V zadnjih dnevih šole je k njemu pristopil ravnatelj in mu rekel: “*Ali boš pristal v zaporu ali pa boš postal milijonar.*” Šolske klopi mu niso dale tistega, kar je iskal. Očitno je bilo, da razmišlja drugače kot njegovi sošolci. V zgodnjih najstniških letih je želel ustvariti nekaj svojega, zato je svojo energijo usmeril v **študentsko revijo** ter jo poskusil globalno promovirati preko svojega na novo ustanovljenega podjetja.



Z drugačnim načinom razmišljanja je zgradil Virgin Group in znatno prispeval k uspehu. Zaradi *disleksije* je tudi marketing v podjetju potekal drugače. V oglaševalskih akcijah na primer uporabljajo običajen jezik namesto žargona določene industrije. Banka **Virgin Money** ne govori o “*finančnih storitvah*”, raje govori o banki, ki je dobra za vsakogar. Ta **poudarek na preprostosti in jasnosti je temelj njihove celotne blagovne znamke**. Kot podjetnik je Richard spoznal, da če se obda z ljudmi, ki so boljši od njega v določenih nalogah je to **prednost**. Zakaj? Kajti sam je naenkrat imel več časa, da se osredotoči na stvari, v katerih je dober. Iz tega aspekta je *Virgin* najel **fantastične ljudi**. Z več časa se je *Richard* poglobil v strateško kreativno razmišljanje o novih podjetjih in o novih dogodivščinah. Sprašujete se kako uspešno? Zelo. Tako uspešno, da je ustvaril globalni imperij podjetij pod znamko *Virgin Group*.

Spreminjal je svoje dejavnosti in interese, da je lahko odkril svoje prednosti. Zavedal se je namreč, da mu *disleksija* zavira eno področje in da zaradi tega napreduje neko drugo področje. Na primeru sošolcev iz šole je ugotovil, da ima čut oziroma večjo sposobnost za ustvarjanje, videnje večje, širše “*slike*”. Delal je tudi na svoji motivaciji. Vedno je imel pred seboj uspešne podjetnike, ki so vsi imeli prav tako *disleksijo*. Na primer Thomas Edison, Henry Ford, Ted Turner in Charles Schwab.



Disleksija je motnja sposobnosti branja ali razumevanja prebranega, poleg ohranjene senzorne in splošne sposobnosti. Je motnja veščin branja in pisanja, pogosto s tendenco, da se pomeša med seboj črke ali besede med branjem ali pisanjem, ali da se ne opazi določenih črk ali besed. Oseba z disleksijo drugače rešuje probleme kot ostali, saj razmišljajo z desno polovico možganov. Strokovnjaki ugotavljajo da je primerov te motnje vedno več in se je odstotek v zadnjem desetletju kar precej zvišal (5–10 % otrok). Osebe z disleksijo imajo lahko probleme tudi z splošnim razmišljanjem, saj drugače razmišljajo in se zadev lotijo nekoliko drugače, vendar v večini problemov je to lahko zelo koristno, saj nas je drugačen način razmišljanja ponesel v sedanost. Albert Einstein, Leonardo Da Vinci, Walt Disney, Galilejo Galilej, Steve Jobs, William Shakespeare, Hipokrat in Agatha Christie so med drugimi tudi imeli disleksijo, zato je vredno to motnjo sprejeti in jo obrniti sebi v korist.

Najbolj odštekan biznismen na svetu

Branson velja za najbolj odštekanega biznismena na svetu. Svojih 200 podjetij vodi brez preglednic in sestankov. In čeprav mu pomaga četica tajnic, si svoje obveznosti zapisuje v navadne zvezke ter čečka ideje in telefonske številke kar na dlan. In nameni ogromno časa za pogovore in druženje z zaposlenimi.

Bransonovemu Virginu ni podobno nobeno drugo podjetje na svetu, ker pač Branson ni podoben nobenemu drugemu šefu. Njegova podjetja – recimo letalska družba Virgin Atlantic, Virgin Drinks, trgovsko podjetje Virgin Megastores, družba za mobilno telefonijo Virgin Mobile in leto dni staro letalsko podjetje Virgin America ali nova pridobitev na ameriškem trgu, Virgin Money – ponujajo vse: poročajo ljudi, jim prodajajo vodko in telefone, jim priskrbijo zasebne otoke, jih masirajo na letalih med čezoceanskimi poleti ...

In kar Bransona morda še najbolj loči od drugih vodilnih menedžerjev, je to, da se pri vsem tem, kot kaže, zelo zabava. Redko mine dan brez kakšne zabave, povezane z Virginom, ali kakšne senzacije, katere avtor je Branson sam, ko je, denimo, presenetil potnike na svojem 747, oblečen v stevardeso.

Zasebno je težak vsaj pet milijard dolarjev. Začel je s študentskim časopisom, ko je bil star 16 let. Da bi ga obdržal na površju, si je izmislil glasbeno založbo, ki je ponujala popuste tistim, ki so plošče kupovali po pošti. Iz tega so nastale glasbene prodajalne, njegov prvi posel. Kmalu si je zastavil naslednji cilj: prepojit Zemljo s svojo blagovno znamko, s katero trži tako potovanja kot zabavo in skoraj vse drugo, kar si lahko podjeten človek izmisli. Ni se ustavil na Zemlji. Ustanovil je Virgin Galactic, ki ponuja polete v zgornje plasti Zemljinega ozračja in nekoč v ne tako oddaljeni prihodnosti tudi vesoljski hotel.

Branson ni znan samo kot ekscentričen podjetnik, ampak tudi kot pustolovec, ki je postavil nekaj jadralskih in balonarskih rekordov. Štirikrat je poskusil kot prvi človek obleteti Zemljo v toplozračnem balonu. V enem od teh poskusov je izgubil nadzor nad plovilom in treščil v alžirsko puščavo, v drugem pa skoraj izginil v oceanu. Pred kratkim je poskusil s svojima otrokoma postaviti jadralski rekord v prečkanju Atlantika med New Yorkom in Veliko Britanijo. Ni mu uspelo.

Iz intervjuja :

Koga krivite za trenutno krizo?

RB: Pohlep in odsotnost pravil. Osupljivo je, kako lahko ta kombinacija pripelje svet do prepada. Neverjetno, da so institucije lahko tako zelo hazardirale. Ni čudno, da so izgubile.



Doživeli ste tudi nekaj opaznih neuspehov. Kaj se je zgodilo z virgin colo?

RB: Ko smo jo predstavili v Veliki Britaniji, smo z njo dosegli velik uspeh. Srečal sem gospo, Angležinjo, ki dela za Coca-Colo v Atlanti. Povedala mi je, da je spremljala naš uspeh, odšla do vodstva Coca-Cole v Atlanti in dobesedno rekla: »Uničiti moramo Virgin Colo. Resno jo morate vzeti kot znamko, ki se lahko prime in osvoji svet. Edino ona lahko ogrozi Coca-Colo.« Zaupala mi je, da so jo postavili na čelo ekipe, ki so jo poslali v Veliko Britanijo z misijo, da uniči Virgin Colo.

V velikih diskontih, v katerih smo se pojavljali z Virgin Colo, so začeli Coca-Colo prodajati z velikimi popusti, grozili so malim prodajalcem, da jim bodo pobrali hladilnike, če nas ne bodo umaknili iz prodaje ... Počeli so podobne reči kot British Airlines pred časom. Coca-Colina zaušnica je lahko neverjetno močna. Prodajalci jo morajo imeti na zalogi, ker je generično ime za brezalkoholne pijače. Zelo so nam škodili. Ampak ne glede na to smo zdaj navzoči v 20 državah, Virgin Cola pa je dobičkonosno podjetje. V Bangladešu, recimo, smo celo številka ena med brezalkoholnimi pijačami.

Obstaja kaj, čemur ne bi nikoli prilepili oznake Virgin?

RB: Cigaretam. Nič nimam proti temu, da se odrasli ljudje ubijajo, na katerikoli način pač želijo, kljub temu pa mislim, da je narobe spodbujati ljudi h kajenju.

Kdo vas je pa naučil te poslovne filozofije?

RB: Nikoli se nisem udeležil kakšnega menedžerskega tečaja. Imel sem srečo, da sem se lahko učil na napakah, s poskušanjem. Učil sem se vsak dan, ko sem počel stvari drugače in se loteval novih področij. Prav to, da sem se loteval toliko različnih področij, je vso reč ohranjalo zanimivo. Vsako prejšnje mi je pomagalo pri novem: glasbeno založništvo pri letalskem prevozništvu, to pri bančništvu ... Učenje, učenje, učenje.

Ali obstaja splošno napotilo, kako ohraniti podjetje živo?

RB: Vse se začne in konča pri ljudeh. Nič drugega se ne more primerjati s tem. Motivirati ljudi, pripeljati v podjetje najboljše. Od zadnjega telefonista smeš in moraš zahtevati, da se bo odlikoval, in se bo. Včasih naredi kdo kakšno napako, ki jo moraš dopustiti. Neguj ljudi, kot bi zalival rože, vse skupaj pa naj bo zabavno. Ceniti jih moraš in hvaliti in jim omogočiti, da bodo prispevali svoj delež tako, da jih bo to vznemirjalo. Ljudi, ki jih mi zaposluje, ni strah tveganja.

Če ga kdo polomi, ga ne bom nahrulil. Sam dobro ve, da ga je, in bo skušal napako popraviti, pa če se bo moral zaradi tega dvakrat bolj potruditi. Pri Virginu lahko ljudje napredujejo, nihče ne obstane. Ljudi motivira, ko vidijo, da je stevardesa postala direktorica svojega lastnega podjetja. Ohranja jih živahne. Vse se začne in konča pri ljudeh. Nič drugega ni. V zameno dobiš pripadnost podjetju, zanos in dobre storitve za svoje stranke.



Odgovorite na vprašanja!

- a) V čem je prednost RB pri poslu v primerjavi z ostalimi podjetniki?

- b) Kako je svojo hibo obrnil v svoj prid?

- c) Naštejte vsaj 3 gospodarska področja, ki jih RB pokriva.

- d) Zakaj se ukvarja s toliko različnimi področji?

- e) Kje je doživel neuspeh? Zakaj?

- f) Naštejte vsaj 5 stvari, ki jih upošteva pri delu s svojimi zaposlenimi.

- g) Zakaj je po njegovem mnenju prišlo do krize?

- h) Kakšne so značilnosti dislektikov?
