

Пять секретов: как начать бизнес И заставить его работать

Мне постоянно задают два вопроса. Самый популярный: «Как вам пришло в голову назвать компанию Virgin?» За ним обычно следует: «В чем секрет вашего успеха?»

На первый ответить легко, а на второй невозможно. Дело в том, что единого секрета успеха для множества начинаний Virgin не существует, как и одинаковых причин неудач, постигших нас, когда мы чего-то недопоняли. Однако, проанализировав эти 40 лет, я сформулировал пять идей, которые повысят шансы вашего нового бизнеса на выживание, успех и процветание (как же без него).

1. Не беритесь за дело, если оно вам не нравится.

Чтобы открыть новый бизнес, вам придется много и упорно работать, поэтому труд должен приносить вам удовольствие. Когда я начинал Virgin в подвале в Западном Лондоне, у меня не было великого плана или стратегии. Я не собирался строить деловую империю. Я просто хотел создать то, что вызовет у людей приятные эмоции; мне нравилось то, что я делал, и я молился, чтобы дело принесло мне достаточно денег и я смог заплатить по счетам.

Для меня создать бизнес — значит сделать то, чем можно гордиться, объединить талантливых людей и выстроить то, что может серьезно изменить жизнь окружающих.

Бизнесмены в чем-то сродни художникам. Создавая компанию, вы начинаете с чистого листа, на который нужно нанести краски. Хороший художник должен прорисовать самые мелкие детали. Так и бизнесмен, желающий добиться успеха, с самого начала должен учесть мельчайшие подробности. Однако, в отличие от картины, бизнес закончить невозможно. Он постоянно эволюционирует, и ваши ошибки не так-то просто закрасить!

Бизнесмен, который ставит перед собой цель изменить мир и добивается ее, наверняка сможет оплатить счета и вдобавок получит преуспевающий бизнес.

2. Будьте изобретательны — меняйте мир.

В наше время непросто создать процветающую компанию. Неважно, что вы предлагаете потребителю — продукт, услугу или бренд. Собственно, вам придется создать нечто в корне отличающееся от того, что уже существует.

Вспомните самые успешные компании последних 20 лет. Microsoft, Google, Apple и Facebook потрясли мир, сделав то, что никто до них не делал. Но и сегодня они продолжают придумывать что-то новое.

Не каждый имеет смелость стремиться к таким высотам. Однако, решившись войти в уже переполненный сегмент, вы должны быть готовы предложить покупателям услуги, которые не оставят от конкурентов камня на камне.

Когда мы открывали Virgin Atlantic, то придумали свою «фишку», которая основывалась на единственном факте: наша команда действительно очень хорошо относится к пассажирам. Представляете, какая прорывная идея для авиакомпании!

3. Гордитесь потрясающей работой ваших сотрудников.

Бизнес — не более чем группа людей, и они, несомненно, ваш самый ценный актив. На самом деле в большинстве случаев ваши люди и *есть* ваш продукт.

Для меня нет ничего хуже, чем слышать, как сотрудники извиняются за своего работодателя. Гордость за свою компанию

создает особый уровень доверия и приверженности, который выгодно отличит ваш бизнес в мире заурядности и безразличия.

4. Руководите слушая.

Хороший руководитель должен уметь слушать. Ваша точка зрения, несомненно, важна, однако нет смысла навязывать свое мнение, отвергая обсуждение и достижение некоего консенсуса. Никто не обладает монополией на хорошие идеи и советы.

Идите в народ, слушайте, вызывайте сотрудников на открытость и учитесь у них. Как лидер вы должны уметь щедро раздавать похвалы. Никогда открыто не критикуйте людей, не выходите из себя и всегда будьте готовы аплодировать хорошо сделанной работе.

Люди расцветают от похвал. Как правило, им не нужно говорить, что они не правы, поскольку обычно они и так об этом знают.

5. Будьте заметны.

Хороший лидер не сидит в своем кресле. Я никогда не работал в нашем офисе (мой личный офис — дома), и тем не менее я постоянно рядом со своей командой. Может показаться, что я все время в разъездах, но у меня всегда с собой блокнот, в который я записываю все вопросы и хорошие идеи.

Летая Virgin Airlines, я всегда стараюсь общаться с членами экипажа и пассажирами и обычно получаю от них немало разумных предложений. Если бы я все их не записывал, то мало что запомнил бы. Общайтесь со своими клиентами и сотрудниками при любой возможности, слушайте, что они говорят вам (и хорошее, и плохое), и претворяйте их идеи в жизнь.

Многие скажут: «Это работает, если у вас небольшой бизнес». Неправда. В Virgin мы стараемся назначать руководителей, разделяющих нашу точку зрения. В результате нам удастся управлять огромной корпорацией так же, как владелец малого бизнеса руководит семейным делом — сохраняет проактивность, отзывчивость и доброжелательность.

Ах да, я все еще не ответил на первый вопрос: как возникло название Virgin. К сожалению, эта история не так интересна, как может показаться. Однажды вечером за бокалом вина мы с 16-летними парнями обсуждали название для магазина пластинок. В воздухе витало несколько идей. Все мы были новичками в бизнесе, и кто-то предложил Virgin. У этого слова был привкус новизны и свежести, тогда оно несло в себе ощущение некоторой рискованности. Мы решили, что оно будет привлекать внимание, и выбрали его.

Однако не так важно, насколько хороши концепция и/или название бренда. Даже лучшим все удастся далеко не с первой попытки. Так, в начале 60-х группу с легко запоминающимся названием — Beatles — отправили восвояси как минимум семь звукозаписывающих компаний, прежде чем нашлась та, что согласилась взяться за нее.

Итак, если вам не будет сопутствовать успех, просто помните, что такова судьба большинства новых компаний, и учитесь на своих ошибках. Как поется в известной песне: «Начни сначала, пусть не везет подчас. Не верь отчаянию...»* И двигайтесь дальше, вперед.

* Цитата из песни Е. Мартынова на стихи А. Вознесенского. В оригинале — цитата из песни Дайаны Кролл Pick Yourself Up.