



GILLETTE CORPORATE MANAGEMENT

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

PAMAMAHALANG PANGKORPORASYON NG GILLETTE

THE COMPANY · 07

Ang sinumang nagsisimula sa propesyonal na paglalakbay na ito ay kadalasang iisa lamang ang nasa isip: karera, kapangyarihan, at pera.

Para makamit ang mga layuning ito, madalas na isinasakripisyo ng mga tao ang kanilang sarili, ang kanilang pamilya, at ang kanilang mga pagpapahalaga sa ngalan ng iisang diyos: AMBISYON.

Sa ganitong propesyonal na kapaligiran, sa pangkalahatan ay lamang pa rin ang mga lalaki, samantalang madalas na kailangang gumugol ang mga babae ng mas malaking lakas para maabot ang mga posisyong bihirang nasa pinakatuktok.

Tingnan lamang ang mga korporasyon, ang pulitika, at marami pang ibang institusyon kung saan madalas na nananatili sa mga 10% ang representasyon ng kababaihan sa tunay na mga posisyon ng kapangyarihan.

Nang hindi man lamang tinatalakay ang espiritwalidad at relihiyon, madalas na may hawak ang kababaihan ng mahahalaga at importanteng papel, ngunit bihira ang pinakamaimpluwensiya pagdating sa praktikal na pagpapasya at kapangyarihan.

Ang pag-angat sa karera ay sa huli tungkol sa pag-akyat sa hagdan ng kapangyarihan, at may tatlong pangunahing tuntuning alam ng lahat:

- sabihing kailangang bawasan ang gastos;
- sabihing sang-ayon ka;
- sabihin ang gustong marinig ng mga tao.

Ang tunay na trabaho ay saka na, kapag nakuha na ang bagong papel at titulo.

Sa mga kompanyang pangkalakal kung saan kami nagtrabaho ng aking ama, ang mga umangat sa karera ay halos laging galing sa brand management o marketing. Ang mga tao mula sa sales, logistics, human resources, o administrasyon ay kadalasang nanatili sa anino. Para makakuha ng mas nakikitang mga papel sa pamumuno, madalas na kailangan nilang lumipat sa mas maliliit na kompanya kung saan sila makalilitaw at makapag-iiwan ng marka.

Ang mga nakarating sa tuktok ay bihirang pumalibot sa sarili ng mga pambihirang mahusay na numero dos.

Laging iisa ang tuntunin: magpanatili ng limitadong kinatawan at ng malakas na katuwang, ngunit hindi kailanman ng isang taong baka balang araw ay magbanta sa upuan.

At kapag naging numero uno na ang isang tao, kadalasang mahuhulaan na ang estratehiya.

- Una, naghahain sila sa mga shareholder ng programang pagbabawas ng gastos. Ang agarang tipid ay nangangahulugan ng mas mataas na tubo at mas malakas na presyo ng sapi.
- Kasunod nito ang pagrerepaso ng mga plano sa advertising at marketing, na sinusundan ng mga kahilingan para sa mga bagong pamumuhunang naglalayong palakihin ang kita at tubo.

- Sa wakas, kapag kontrolado na nang husto ang laro, pumapasok sila sa yugto ng pagbili, bumibili ng mga kompanya at pumapasok sa mga bagong pamilihan kung saan mauulit ang parehong pormula.

Ito ang mekanismong madalas gamitin ng mga itinatalagang mamuno sa isang Lupon at nagsisimula ng kanilang ugnayan sa tunay na mga may-ari ng negosyo: ang mga shareholder.

Mahaba ang propesyonal na buhay ng mga indibidwal na ito. Kapag natural nang nagwakas ang kanilang karera bilang ehekutibo, marami ang lumilipat para umupo sa ibang mga lupon ng mga direktor, iniaalok ang kanilang karanasan habang patuloy na tumatanggap ng milyun-milyong dolyar na kabayaranang pinopondohan ng mga shareholder.

Napakakaunti ang kusang nagbawas kailanman ng kanilang sahod o benepisyo. Kadalasan, lumilitaw lamang ang ganitong mga kilos kapag may tunay na panganib na maitulak sila palabas ng laro.

Saka ibinabato ang huling baraha:

“Mas makakamura kayo sa akin — hayaan lang ninyo akong manatili.”

Malugod kang tinatanggap.

Ferdinando