



فرانچایز WALL STREET

GILLETTE FROM WALL STREET · 06

بیشتر آدم‌ها گمان می‌کنند یک شرکت همان چیزی است که می‌فروشد.
اشتباه می‌کنند.

شرکت آن چیزی است که پس از عوض شدن محصول باقی می‌ماند.
بازار عاشق محصولات است، چون محصولات را آسان می‌شود شمرد.
واحدهای فروخته‌شده.
درآمد ایجادشده.
سهم بازار به دست آمده.

تحلیلگران مدل‌هایشان را بر پایه آن ارقام می‌سازند، چون ارقام توهم
قطعیت می‌آفرینند.

اما محصولات به دنیا می‌آیند و می‌میرند.
دسته‌های کاملی از کالاها ناپدید می‌شوند.
فناوری‌ها منسوخ می‌شوند.
عادت‌های مصرف‌کننده کوچ می‌کنند.
قفسه عوض می‌شود.

فرانچایز می‌ماند.

این را خیلی پیش از آنکه روزی مثل یک سرمایه‌گذار به ترازنامه‌ای نگاه کنم
فهمیدم.

تیغ ریش‌تراشی کسب‌وکار نیست.
خودکار کسب‌وکار نیست.
فندک کسب‌وکار نیست.
این‌ها فقط اشیائی‌اند که درون یک نظام حرکت می‌کنند.

دارایی واقعی عادت است.
توزیع.

اعتماد.
آن بزرگراه نامرئی که میلیون‌ها غریبه را به یک تصمیم واحد وصل می‌کند.

هر صبح.

هر هفته.

هر سال.

Wall Street سرانجام به من آموخت که باارزش‌ترین کسب‌وکارهای جهان به ندرت چشمگیرترین محصولات را دارند. آن‌ها ماندگارترین رفتارها را دارند.

وقتی این تفاوت را فهمیدم، دیگر به شرکت‌ها آن‌طور که مصرف‌کنندگان نگاه می‌کنند نگاه نکردم.

مصرف‌کنندگان کالا می‌بینند.

سرمایه‌گذاران تکرار می‌بینند.

مصرف‌کنندگان شیء می‌خرند.

سرمایه‌گذاران نظام می‌خرند.

شیء یک معامله پدید می‌آورد.

نظام یک تمدن پدید می‌آورد.

برای همین است که برخی شرکت‌ها نسل‌ها دوام می‌آورند و برخی دیگر پس از یک فصل تشویق ناپدید می‌شوند.

بازار اسم این را ارزش می‌گذارد.

من واژه دیگری را ترجیح می‌دهم.

میراث.

چون هر فرانچایز ماندگار در نهایت میراثی است که از یک نسل مشتریان به نسل بعد می‌رسد.

نه از راه خون.

از راه عادت.

و عادت، وقتی جا افتاد، اغلب از خود محصول سخت‌تر جایگزین می‌شود.

Ferdinando Frega
BLADEFREGA
Wall Street حماسة