



FRANŠIZA WALL STREETA

GILLETTE FROM WALL STREET · 06

Većina ljudi misli da je tvrtka ono što prodaje.

Varaju se.

Tvrtka je ono što preživi nakon što se proizvod promijeni.

Tržište voli proizvode jer se proizvodi lako broje.

Prodani komadi.

Ostvareni prihod.

Osvojeni tržišni udio.

Analitičari grade modele oko tih brojki jer brojke stvaraju privid sigurnosti.

Ali proizvodi se rađaju i umiru.

Cijele kategorije nestaju.

Tehnologije zastarijevaju.

Navike potrošača sele se.

Polica se mijenja.

Franšiza ostaje.

Do te sam spoznaje došao davno prije nego što sam ijednu bilancu pogledao kao ulagač.

Brijaći aparat nije posao.

Kemijska olovka nije posao.

Upaljač nije posao.

To su samo predmeti koji se kreću kroz sustav.

Prava imovina je navika.

Distribucija.

Povjerenje.

Nevidljiva autocesta koja milijune neznanaca povezuje s istom odlukom.

Svako jutro.

Svaki tjedan.

Svake godine.

Wall Street me naposljetku naučio da najvrjedniji poslovi na svijetu rijetko posjeduju najimpresivnije proizvode.

Posjeduju najtrajnija ponašanja.

Kad sam shvatio tu razliku, prestao sam gledati tvrtke onako kako ih gledaju potrošači.

Potrošači vide robu.

Ulagači vide ponavljanje.

Potrošači kupuju predmete.

Ulagači kupuju sustave.

Predmet stvara transakciju.

Sustav stvara civilizaciju.

Zato neke tvrtke traju naraštajima, dok druge nestanu nakon jedne sezone pljeska.

Tržište to naziva vrijednošću.

Ja više volim drugu riječ.

Nasljedstvo.

Jer svaka trajna franšiza na kraju je nasljedstvo koje jedan naraštaj kupaca predaje sljedećem.

Ne krvlju.

Navikom.

A navika se, kad se jednom ustali, često teže zamjenjuje od samog proizvoda.

Ferdinando Frega
BLADEFREGA
Saga o Wall Streetu