

WALL STREET ची फ्रँचायझी

GILLETTE FROM WALL STREET · 06

बहुतेक लोकांना वाटते की कंपनी म्हणजे ती जे विकते ते.

ते चुकीचे आहेत.

उत्पादन बदलल्यानंतर जे टिकून राहते, ती कंपनी.

बाजाराला उत्पादने आवडतात, कारण उत्पादने मोजायला सोपी असतात.
विकलेले नग.
मिळालेला महसूल.
वाढलेला बाजारपेठेतील हिस्सा.

विश्लेषक त्या आकड्यांभोवती मॉडेल्स उभी करतात, कारण आकडे निश्चिततेचा भ्रम निर्माण करतात.

पण उत्पादने जन्माला येतात आणि मरतात.
संपूर्ण श्रेणी नाहीशा होतात.
तंत्रज्ञान कालबाह्य होते.
ग्राहकांच्या सवयी स्थलांतर करतात.
शेल्फ बदलते.

फ्रँचायझी टिकून राहते.

ही जाणीव मला, मी कधी एखाद्या गुंतवणूकदारासारखा ताळेबंद पाहिला त्याच्या खूप आधी झाली होती.

वस्तरा हा धंदा नाही.
पेन हा धंदा नाही.
लायटर हा धंदा नाही.
त्या केवळ एका व्यवस्थेतून फिरणाऱ्या वस्तू आहेत.

खरी मालमत्ता म्हणजे सवय.
वितरण.

विश्वास.
लाखो अनोळखी लोकांना एकाच निर्णयाशी जोडणारा तो अदृश्य महामार्ग.

दर सकाळी.
दर आठवड्याला.
दर वर्षी.

Wall Street ने मला अखेर शिकवले की जगातील सर्वात मौल्यवान धंद्यांकडे क्वचितच सर्वात प्रभावी उत्पादने असतात.
त्यांच्याकडे सर्वात टिकाऊ वर्तने असतात.

तो फरक समजल्यावर मी ग्राहक पाहतात तशा नजरेने कंपन्यांकडे पाहणे सोडून दिले.

ग्राहकांना माल दिसतो.
गुंतवणूकदारांना पुनरावृत्ती दिसते.

ग्राहक वस्तू विकत घेतात.
गुंतवणूकदार व्यवस्था विकत घेतात.

वस्तू एक व्यवहार निर्माण करते.
व्यवस्था एक संस्कृती निर्माण करते.

म्हणूनच काही कंपन्या पिढ्यानपिढ्या टिकतात, तर इतर टाळ्यांच्या एका हंगामानंतर नाहीशा होतात.

बाजार याला मूल्य म्हणतो.
मला दुसरा शब्द आवडतो.

वारसा.

कारण प्रत्येक टिकाऊ फ्रँचायझी अखेरीस ग्राहकांच्या एका पिढीकडून पुढच्या पिढीकडे दिलेला वारसाच असतो.

रक्ताच्या नात्याने नव्हे.
सवयीने.

आणि एकदा रुजलेली सवय बदलणे अनेकदा उत्पादनापेक्षाही कठीण असते.

Ferdinando Frega
BLADEFREGA
Wall Street ꝟꝟꝟꝟ