



FRANCHISE YA WALL STREET

GILLETTE FROM WALL STREET · 06

Watu wengi hudhani kwamba kampuni ni kile inachouza.

Wamekosea.

Kampuni ni kile kinachobaki baada ya bidhaa kubadilika.

Soko hupenda bidhaa kwa sababu bidhaa ni rahisi kuhesabu.

Vipande vilivyouzwa.

Mapato yaliyopatikana.

Sehemu ya soko iliyoongezeka.

Wachambuzi hujenga mifano yao kuzunguka takwimu hizo kwa sababu takwimu huzaa udanganyifu wa uhakika.

Lakini bidhaa huzaliwa na kufa.

Makundi mazima ya bidhaa hutoweka.

Teknolojia hupitwa na wakati.

Mazoea ya walaji huhama.

Rafu hubadilika.

Franchise hubaki.

Ufahamu huo ulinijia muda mrefu kabla sijawahi kutazama mizania kama mwekezaji.

Kinyozi si biashara.

Kalamu si biashara.

Kiberiti cha gesi si biashara.

Hivyo ni vitu tu vinavyopita ndani ya mfumo.

Rasilimali ya kweli ni mazoea.

Usambazaji.

Imani.

Barabara kuu isiyoonekana inayowaunganisha mamilioni ya watu wasiojuana na uamuzi uleule.

Kila asubuhi.

Kila wiki.

Kila mwaka.

Wall Street hatimaye ilinifundisha kwamba biashara zenye thamani kubwa zaidi duniani mara chache ndizo zinazomiliki bidhaa za kuvutia zaidi.

Zinamiliki tabia za kudumu zaidi.

Nilipoielewa tofauti hiyo, niliacha kuzitazama kampuni kama walaji wanavyozitazama.

Walaji huona bidhaa.

Wawekezaji huona marudio.

Walaji hununua vitu.

Wawekezaji hununua mifumo.

Kitu huzaa muamala.

Mfumo huzaa ustaarabu.

Ndiyo maana kampuni nyingine hudumu kwa vizazi wakati nyingine hutoweka baada ya msimu mmoja wa makofi.

Soko huita hii thamani.

Mimi napendelea neno jingine.

Urithi.

Kwa sababu kila franchise inayodumu, mwishowe, ni urithi unaopitishwa kutoka kizazi kimoja cha wateja hadi kingine.

Si kwa damu.

Kwa mazoea.

Na mazoea, yakishajengeka, mara nyingi ni magumu zaidi
kubadilisha kuliko bidhaa yenyewe.

Ferdinando Frega

BLADEFREGA

Saga ya Wall Street