



امتياز WALL STREET

يظن معظم الناس أن الشركة هي ما تبيعه.
هم مخطئون.

الشركة هي ما يبقى بعد أن يتغير المنتج.

السوق تحب المنتجات لأن المنتجات سهلة العدّ.
وحدات مبيعة.
إيرادات محققة.
حصة سوقية مكتسبة.

يبنى المحللون نماذجهم حول تلك الأرقام لأن الأرقام تخلق وهم اليقين.

لكن المنتجات تولد وتموت.

فئات كاملة تختفي.

تقنيات يتجاوزها الزمن.

عادات المستهلكين تهجر.

الرفّ يتغير.

والامتياز يبقى.

أدركت ذلك قبل أن أنظر إلى أي ميزانية بعين المستثمر بزمان طويل.

ما كينة الخلاقة ليست تجارة.

القلم ليس تجارة.

الولاعة ليست تجارة.
تلك مجرد أشياء تعبر منظومة.

الأصل الحقيقي هو العادة.
التوزيع.
الثقة.

الطريق السريع غير المرئي الذي يصل ملايين الغرباء بالقرار نفسه.

كل صباح.
كل أسبوع.
كل سنة.

علّمتني Wall Street في النهاية أن أؤمن شركات العالم قلّها تملك أبهر المنتجات.
إنها تملك أدوم السلوكيات.

حين فهمت ذلك الفرق، كففت عن النظر إلى الشركات كما ينظر إليها المستهلكون.

المستهلكون يرون بضاعة.
المستثمرون يرون تكراراً.

المستهلكون يشترون أشياء.
المستثمرون يشترون منظومات.

الشيء يولّد صفقة.
المنظومة تولّد حضارة.

لهذا تدوم بعض الشركات أجيالاً بينما يتلاشى غيرها بعد موسم من التصفيق.

السوق تسمّي ذلك قيمة.
أنا أفضل كلمة أخرى.

الميراث.

لأن كل امتياز يدوم هو في النهاية ميراث ينتقل من جيل من الزبائن إلى الجيل الذي يليه.

لا بالدم.

بالعادة.

والعادة، متى ترسّخت، كثيراً ما يكون استبدالها أصعب من استبدال المنتج نفسه.

فرديناندو فريغا

BLADEFREGA

ملحمة Wall Street