



Ako funguje spoločnosť, ktorú obdivuje celý svet, ale stále nepozná jej tajomstvá.

O ťažkostiach veľkých firiem uvažovala aj Meg Whitman z HP. Čím ste väčší, tým je ťažšie byť pohotový. Je to fundamentálna otázka.

Pre Apple to však nebola otázka, Apple sa rozrastal a zároveň bol inovatívny. Apple nie je start-up firma. Je v ňom príliš veľa pravidiel a príliš málo slobody. Jobs to vyriešil tak, že tím Jonathana Ivea-priemyselný dizajn, funguje ako malá konzultačná firma, ktorá má k dispozícii obrovské zdroje a pracuje priamo pre svojho zákazníka. Ostatné časti spoločnosti mali pomalší rast.

Výskum ukázal, že spoločnosti zanikajú a správajú sa ako živý organizmus.

Obchodná spoločnosť sa rodí ako start-up. Spoznáva nové pravidlá. Keď má 50 zamestnancov prejavuje sa náhodným správaním. Keď má 50-100 zamestnancov, potrebuje byrokraciu, oddelenie ľudských zdrojov, kontroly... Inovácie sa postupne vytrácajú a spoločnosť sa stáva netolerantnou k novým myšlienkam. Apple o dušu bojuje s týmto problémom, tým, že je otvorený novým myšlienkam.

V Appli si uvedomujú, že na predaji informácií môžu zarobiť viac, ako na predaji hardvéru. Teraz je posun k mobilnému priemyslu a nie v osobných počítačoch a cloudoch. Mravy vo vnútri spoločnosti sú ponurné a zamestnanci sa tam môžu zodrať. V Appli sa očakávajú nové zmeny pod vedením Tima Cooka.

NÁSTUPNÍCTVO

Ľudia, ktorí niečo znamenajú v Appli sú zaničení pre vedu, umenie, alebo hudbu. Vytvorenie programu prípravy riadiacich pracovníkov nie je v zhode s Jobsovou osobnosťou, ktorá patrí do alternatívnej kultúry.

Jobs dlhodobo znevažoval hodnotu titulu MBA. Neznášal koncepty, ktoré robia radosť profesorom na ekonomických školách, a najviac zo všetkého pohrdal výskumami trhu. V takej organizácii je potrebná štruktúra, ktorá ju podporuje, vedenie a ľudia, ktorí uvažujú o svete obchodu.

V Appli je založená Univerzita, kde sa preberajú prípadové štúdie o tom, ako Apple od piky vytvoril svoju maloobchodnú stratégiu, alebo ako uvádzal do prevádzky továrne v Číne.

Poukazuje sa na nezdary, aby sa mohli učiť z chýb.

Pod Jobsovým vedením by sme ťažko mohli nazvať Apple dokonalým miestom. V Appli existovali dva druhy projektov: tie, ktorými je posadnutý Jobs a tie ostatné. Jobs odmietal zaoberať sa v Appli príliš mnohými záležitosťami.

Apple je v súčasnosti spoločnosťou s viacerými produktmi-tabuľkový procesor. Očakáva sa, že manažéri so skromnejšou víziou budú chcieť vložiť viac železok do ohňa, aj keď Apple už viac železok má.

Otázkou ostáva, čo bude s ostatnými produktmi. Aj keď nie sú dokonalé, sú stále lepšie ako akékoľvek iné. Jobs dával prednosť estetike pred funkcionalitou.

Očakávajú sa zmeny vo finančnom manažmente.

Existujú tiež náznaky, že po Jobsovi sa Apple stane príjemnejším a vľúdnejším miestom. Zriadili charitatívny program pre zamestnancov. Jobs bol v rozdávaní peňazí dosť lakomý.

Predpovedá sa tiež, že po Jobsovi bude Apple menej dynamickou spoločnosťou a jej produkty menej žiadne.

Jobs rozhodoval v otázkach vkusu. Na rozdiel od Googlu, ktorý je matematicky založený, je Apple založený dizajnov. Google používa demokratický prístup, používatelia majú vždy pravdu a svojimi klikmi to dávajú najavo. V Googli vládne výber davu.

V Appli Jobs povedal zákazníkom čo chcú. Nepýtal sa na ich názor.

Narcistický výkonný riaditeľ chce, aby všetci jeho podriadení uvažovali o biznise ako on. Manažment v Appli bol dlho s Jobsom a nasiakol jeho duchom, začali rozmýšľať ako on.

Jobs bol podnikateľom. Vedel, že veľké firmy sa dostanú do stavu stagnácie a uspokojenia. Takto je príležitosť pre mladé spoločnosti a pre mladých a inovatívnych ľudí.