

STRATÉGIA-1

Strategický plán

Zo stopercentnou istotou vám vieme povedať, že **ak máte nejaký plán, tak je zlý**. Klasické podnikateľské plány sú chybné. Ak sa budete dôsledne pridržiavať chybného plánu, výsledkom bude **neúspech**. To je dôvod, prečo sa rizikový kapitalista vždy bude držať zásady, že **investuje do tímu, nie do plánu**. Keďže **plán je zlý, správni musia byť ľudia**. Úspešní ľudia si všimnú chyby vo svojom pláne a napravia ich.

Ako teda môže nové podnikanie prilákať k sebe skvelých ľudí a ďalšie veci, ak nemá plán?

V skutočnosti **je dobré mať plán**, ale s napredovaním a objavovaním nových skutočností týkajúcich sa produktov a trhu, bude treba **upravovať aj plán**. Pre úspech je dôležité **neustále rýchle opakovanie, rovnako aj zásady**, na ktorých je plán vystavaný. Plán je premenlivý, zásady stabilné. Zamestnanci sa vrhnú na plán, ktorý je vystavaný na správnych zásadách, hoci neponúka na všetko odpovede. Strategický plán nemusí byť napísaný. Zdokumentovaná musia byť **zásady**, na ktorých je plán postavený. Na zvyšok prídu ľudia sami. Stavte na **technické poznatky**, ktoré pomôžu novým spôsobom **vyriešiť veľký problém**, optimalizujte v záujme **škálovania**, nie tržieb a umožnite, aby skvelé produkty vytvorili **trh dostupný pre každého**.

Škálovanie

Ak sa pokúšate urobiť niečo veľké, nestačí rásť, musíte **škálovať**. Znamená to **rýchlo a globálne rásť**. V storočí internetu má každý na dosah **globálny rast**. Máme demokratizáciu všetkého - **informácií, pripojenia, výpočtového výkonu, výroby, distribúcie, talentu** - takže už nie sú potrebné šíky zamestnancov a celosvetová sieť pobočiek, aby mohla vzniknúť firma s globálnym dosahom a vplyvom. **Škálovanie musí byť základom vašej stratégie**. Konkurencia je oveľa intenzívnejšia a konkurenčné výhody nevydržia dlho, je preto potrebné mať stratégiu, **ako rýchlo vyrásť do veľkosti**.

Konkurencia

Zdá sa, že konkurencia je pre manažérov rovnako dôležitá, ako výsledky vlastnej firmy. Na najvyšších priečkach až príliš často vládne paranoja. Takáto fixácia vedie k nekonečnej **špirále priemernosti**.

Ak sa zameriate na konkurenciu, nikdy neprídete s niečím naozaj inovatívnym. Zatiaľ čo sa budete s konkurenciou biť o percentuálny podiel na trhu, príde niekto, kto sa tým nebude trápiť a vytvorí novú platformu, ktorá úplne zmení pravidla hry.

To neznamená, že konkurenciu ignorujete. **Konkurencia vás robí lepšími**. Udržiava vás v pozore. **Buďte hrdí na svojich konkurentov. Len sa ich nesnažte nasledovať**.

Literatúra

Eric Schmidt a Jonathan Rosenberg, Ako funguje Google, Ikar, 2015