

Доналд Тръмп  
ПЪТЯТ  
КЪМ  
УСПЕХА

*Най-добрият  
бизнес съвет,  
който съм получавал*

Превод от английски  
*Христина Буюклиева*

Редактор  
*Милена Попова*





## ВЪВЕДЕНИЕ

Доналд Тръмп

**В**ие не може да знаете всичко. Без значение колко сте умни, без значение колко е все-странно вашето образование, нито пък колко е богат опитът ви, практически не е възможно сами да придобиете всички знания, необходими за преуспяване в бизнеса.

Заради това аз реших да се обърна към най-изтъкнатите и успели в бизнеса мъже и жени, които познавам – както и такива, които *не* познавам, – и да ги попитам какъв е бил най-добрият бизнес съвет, даван им някога. Реших да поставя този въпрос на хора, които управляват както големи, така и малки фирми. В края на краищата, не е речено, че големите клечки, които владеят пазара, са най-умните и изкусните в бизнеса. За да управляваш малка компания в Америка, се изисква също толкова – че дори и повече – труд, интелигентност и постоянство, колкото са нужни и за да бъдеш главен изпълнителен директор на някоя от 500-те най-големи компании от класацията на сп. „Форчън“.

Трябва да призная, че останах и зарадван, и поразен от задълбочените и съдържателни отговори, които получих. Барбара Бъргър, президент на семейния бизнес „Фуд Сити Маркетс“, например предложи като най-добър бизнес съвет за

нея едно на пръв поглед мрачно предупреждение: „Дните няма да бъдат винаги слънчеви.“ Тези думи са важни за всеки, който се е заел с бизнес, защото за всеки бизнес има мрачни, тъмни дни и трябва да сте подготвени за тях. Когато разбирате, че това е част от живота на всяка фирма, много по-уверено ще преодолявате неизбежните проблеми и беди, с които всички се сблъскват, и ще можете да оцелеете, за да видите отново слънцето.

От Джим Канталупо, главният изпълнителен директор на компанията „Макдоналдс“, получих в отговор следното: „Стреми се клиентът да бъде доволен.“ Това основно правило, толкова очевидно, че много лесно бива забравяно, Джим е възприел от Рей Крок, основателя на „Макдоналдс“.

Тери Д. Лундгрен, президент на „Федерейтид Дипартмънт Сторс“, също предлага много ценен съвет, който въпреки важността си често е пренебрегван: израствай там, където си посаден. Колкото и да ни се иска от самото начало на своята кариера да станем веднага директори, никой не е започнал така. Най-добрият начин – всъщност единственият начин – да се изкачиш на върха е да даваш най-доброто от себе си в работата, която вършиш в момента.

Мога още дълго да говоря за съветите, които получих от хората, допринесли за създаването на тази книга; съвети изключително впечатляващи и важни. Но има друго, което искам да добавя, преди представлението да започне, и то е: нищо не може да замести опита. Абсолютно нищо. А

има два вида опит: вашият собствен и опитът на другите. Повечето хора успешно се учат от своя, но мнозина просто не обръщат внимание на чуждия опит и поуки – особено на грешките. А това е глупаво. Ако разчитате да се учите само от своите грешки, неизбежно ще направите много, при това фатални. Чуйте ме добре! Учете се от хората около вас. Нямамте оправдание да повтаряте направените от тях грешки. Ако действате така, сами ще си бъдете виновни и не трябва да се надявате на съчувствие или състрадание.

Много е важно да можете да извличате полза от чуждата мъдрост. Ценни са не само грешките, които хората правят в бизнеса, но също и сполучливите решения, вдъхновението, прозренията и откритията, до които те са стигнали. Гледайте, слушайте и се учете. Всичко това не можете да научите сами; онези, които си мислят, че могат, са обречени да си останат посредствени.

Позволете ми да изкажа моите най-искрени благодарности на всички, които отделиха време, за да дадат своя принос за „Пътят към успеха“. В тази книга ще откриете различни мъдри съвети и много примери, както положителни, така и отрицателни. Поуката на хората от грешките им ще ви помогне да се предпазите от проблеми, а поуката от успехите им – *най-добрият съвет в бизнеса* – е онова, което ще ви отведе към вашия голям успех.

*Ню Йорк, февруари 2004 г.*

## ПОСТАВЕТЕ СЕ НА МЯСТОТО НА КЛИЕНТА

*Джордж Абъркромби*

президент и главен изпълнителен  
директор на „Роше Норт Америкън  
Фармасютикъл Опърейшънс“

*А*з се гордея с това, че цялата ми кариера премина в работа с лекарствени продукти, защото те играят изключително важна роля в живота на стотици милиони майки, бащи, възрастни родители, деца и приятели по целия свят. Според мен не са много бизнесмените, които могат да се похвалят със същото.

Най-напред работих като фармацевт в Северна Каролина, а след това започнах кариера във фармацевтичната индустрия като представител по продажбите. В началото задължението ми беше да се свързвам с лекари и други медицински лица и да ги убеждавам в ефикасността и безопасността на нашите продукти. Тогава получих прост и все пак много съдържателен съвет, който и до днес ръководи отношението ми към този бизнес: *Да продавам лекарства така, сякаш те ще бъдат използвани от моето семейство, от моите приятели или от мен самия.* Това означаваше да обяснявам страничните ефекти от

лекарствата с такива подробности, с каквито обяснявах и техните предимства, като устоявам на подтика да преувелича ползата от лекарството с цел да увеличи продажбите. Винаги давах на доставчиците на лекарства цялата информация, която им беше нужна, за да направят най-добрия избор за своите пациенти. Хуманността към всеки отделен пациент ме ръководи в моята работа и до ден днешен.

## **НЕ СЕ ТРЕВОЖЕТЕ ЗА ДОГОВОРИТЕ**

*Адам Ейрън*

председател и главен изпълнителен директор  
на „Вейл Ризортс“

**Д**околкото е възможно, търкувайте само с добри и почтени хора. Щом хората, с които търкувате, са почтени, няма да имате нужда от договор. А когато търкувате с непочтени хора, никакъв договор няма да ви опази.



## **ВНИМАВАЙТЕ СЪС ЗАЕМИТЕ**

*Джерард Дж. Арни*

президент и главен изпълнителен директор  
на „Америкън Еърлайнс“

**В**еднага след като станах главен финансов ръководител на компанията „Ей Ем Ар Корпорейшън“, нейният предишен председател и главен изпълнителен директор Ал Кейси ми даде следния съвет: „Взимай пари назаем когато можеш, а не когато си в нужда.“ Без съмнение, това беше най-смисленият бизнес съвет, който съм получавал някога.

## **СЛЕДВАЙТЕ СЪРЦЕТО СИ**

*Даян Барк*

президент

на „Ди Ейч Би Файнаншъл Сървисис“

*И*стината е, че на мен ми се наложи да уча всичко от собствен опит, без да имам предимството да следвам някакъв съвет за бизнеса. Понякога си мисля, че тъкмо това помага на човек да успее. Направените грешки дават голяма възможност да израснеш и да се научиш.

Но ако има някакъв съвет, който ми се ще да бях получила, това би бил следният:

Обичайте своята работа, защото тя ще изпъла живота ви с радост и в бъдеще. Не правете нищо само защото така ще спечелите много пари. И най-вече – вслушвайте се в онова, което ви казват вашето сърце и вашият ум, и те ще ви изведат в правилната посока.

**САМО РЕЗУЛТАТИТЕ  
ИМАТ ЗНАЧЕНИЕ!**

*Томас Барак-младши*

основател, председател и главен  
изпълнителен директор на „Колони Кепитъл“

*Н*е бъркайте усилията с резултатите.

## **ВЯРВАЙТЕ, НО ПРОВЕРЯВАЙТЕ**

*Наполеон Бараган*

председател и главен  
изпълнителен директор на „1-800-Матрес“

**П**овече от двадесет години продавам матраци. Винаги съм търсил най-добрите търговски марки, най-доброто качество, най-добрата цена и най-новите подобрения на конструкциите, за да съм сигурен, че ще предложа на клиентите си най-доброто. С цел да си набавя тази информация аз дълго и старателно проучвах подробните рекламни материали на производителите.

Преди няколко години имах късмета да намеря човек с богат опит в бизнеса с матраци, когото взех във фирмата като вицепрезидент по продажбите. Скоро след като започна работа, той ми каза: „Хайде да отворим матраците, които продаваме, и сами да видим какво има вътре.“ И така, ние отворихме нашата стока, както и стока от нашите конкуренти и онова, което установихме, беше, че опаковката и рекламните материали съвсем не са източник на достоверна информация.

Винаги съм бил и искам да бъда човек, който вярва. Това обаче не отменя необходимостта да следвам ценния съвет на моя вицепрезидент: „Вярвай, но проверявай“ (девизът на „Майкрософт“!) и да се интересувам от скритото съдържание на нещата!

## РЕЦЕПТА ЗА УСПЕХ

*Ан Бийлър*

основателка и главна  
изпълнителна директорка на „Анти Анс“

*Н*е се отказвайте да вървите напред, обградете се с кадърни хора, които да вършат онова, което вие не можете, и се съсредоточете върху това, за което имате дарба.

## **БЪДЕТЕ ПОЛЕЗНИ НА ОБЩЕСТВОТО**

*Марк Биниъф*

председател и главен изпълнителен  
директор на компанията „Сейлсфорс“

**К**олкото и странно да звучи, най-добрият бизнес съвет, който съм получавал, не беше за това, как да печеля пари, а как да ги харча.

През 1997 г., докато бях на ръководна длъжност в „Оракъл Корпорейшън“, Колин Пауъл, подкрепен от петимата живи президенти, сложи началото на програма, наречена „Обещанието на Америка“ – програма, която призоваваше нацията да даде своя принос за американската младеж. Тя вдъхнови главния изпълнителен директор на „Оракъл“ Лари Елисън да започне във фирмата благотворителна програма, която да се нарича „Обещанието на Оракъл“. За тази цел аз трябваше да дам 100 милиона долара, за да се закупят училищни компютри. Съвсем неочаквано животът ми потече в два различни свята. Половината от времето си прекарвах, като провеждах съвещания, а другата половина – в училища от южните и централните части на Лос Анджелис, във Вашингтон, в Северна Ирландия и в Израел.

Въпреки че изпратихме хиляди компютри в училища по целия свят, всички в нашия малък

екип изпитваха известна неудовлетвореност, че не сме задействали пълния благотворителен потенциал на „Оракъл“. Отново мислих върху призива на Колин Пауъл към американските компании „първи да дадат пример“ с ангажирането в проекти в полза на младежта и да отпуснат на своите работници платено неработно време, за да участват в такива програми. Проумях, че благотворителността е много повече от раздаването на пари, и бях сигурен, че ако сме способни да ангажираме с нея всички активи на „Оракъл“ – работниците, клиентите и партньорите, – нашият принос би бил много по-голям.

Това беше решаващ момент, който даде подтик на моето разбиране за „интегрираната благотворителност“, вярата, че от самото си създаване всяка компания трябва да има за своя най-важна цел да служи на обществото. Скоро след като сложихме началото на „Сейлсфорс“, компанията стартира програма за обществена благотворителност, която имаше задачата да обедини благотворителността и бизнеса ([www.salesforce.com/foundation](http://www.salesforce.com/foundation)). Заедно с частни източници на финансиране „Сейлсфорс“ предостави на фондацията повече от 1% от дела на новата корпорация. Фирмата се ангажира да дарява 1% от печалбите си в полза на обществото и 1% от работното време на своите служители за служба в полза на обществото. Системата 1-1-1 (дялово участие, работно време, печалби) даде гаранция, че с разрастването на бизнеса се увеличава и неговият принос за обществото, в което бива развиван.

Колин Пауъл изказа надеждата, че корпорациите ще се включат в доброволен „кръстоносен поход“ в името на тази мисия. Ако идеята се възприеме, възможностите са удивителни. Само си представете какво би станало, ако някоя от най-развитите и печеливши фирми изисква от компаниите, в които инвестира, да предоставят 1% от акциите си за благотворителни цели в полза на обществото, в което развиват своя бизнес. Възможностите в корпорациите, които внедрят „правенето на добро“ в своята бизнес структура, са безгранични.

В присъствието на Колин Пауъл през юли 2000 година фондацията на „Сейлсфорс“ откри своя първи компютърен център, който осигурява свободен достъп за нуждаещи се млади хора. Оттогава досега сме създали 19 такива центъра в Сан Франциско, една подвижна компютърна лаборатория в Хавай и 24 центъра в девет други страни по света – Кения, Румъния, Индия, Израел, Лаос, Германия, Непал, Ирландия и Афганистан. Тези обществени технологични центрове са обслужили повече от 50 000 души по целия свят. Работниците са посветили 8 000 часа от труда си в полза на обществото. А корпорации като Ей Оу Ел, „Гейтуей“ и „Сиско“ се присъединиха към нашите усилия чрез дарения, време и познания, вложени в създаването на тези центрове. Сега фондацията има четири офиса, работещи на западното и източното крайбрежие на Съединените Щати, в Европа и в Азия. Допълнително към всичко това през миналата година около половината от работниците са предоставили пред-



метни или парични помощи. Получихме също и дарения от външни лица. Моя лична цел е през следващите пет години да увелича вложенията във фондацията в пари и дялово участие от 100 на 200 милиона долара.

Благотворителната дейност на „Сейлсфорс“ обогати нашето общество – спечели нашата фирма, спечели и нашият живот. Фондацията е тайното оръжие, което ни поддържа стабилни. Хората са тук, за да постигнат нещо много повече от парите – те получават увереност, че помагат на света. Наш колега прекарва всеки понеделник в техническата лаборатория към фондацията, като споделя своите професионални умения със студентите, които ръководи. Член на екипа ни по продажбите дава подкрепа и позитивно влияние на ученик от рискови групи чрез ограмотяваща програма, а нашият вицепрезидент по маркетинга обучава хора без компютърна грамотност в уменията, които ще им бъдат нужни, за да започнат нова работа. Хората, които работят при нас, знаят как да превърнат службата в името на обществото в част от своя живот и знаят по какъв начин тя им се отплаща. От друга страна, аз знам, че някои от тези хора ще напуснат и ще основат свои собствени компании. Надявам се, че те ще отнесат със себе си модела, който Колин Пауъл ни вдъхнови да изградим в „Сейлсфорс“.