

25 قصة نجاح



**من البدايات الصعبة،
والعثرات القوية،
إلى النهايات الناجحة.**

الباقية الأولى – يونيو 2008

إهداء

إلى ریحانة الدار وسندسها

الفهرس

4	المقدمة
5	1- النجاح قد يأتي بعد سن الخامسة والستين
8	2- النجاح لا يقف عند حدود
12	3- نجم الأدمغة الإلكترونية
16	4- النجاح قد يبدأ من غرفة النوم
18	5- راهب دومينوز بيتزا
23	6- قصة تأسيس موقع هوتميل
25	7- مسيرة نجاح مايكل دل مؤسس شركة دل
28	8- الطالب الذي أثبت خطأ أستاذه
30	9- الحرية للجميع، والنجاح لمارك سبنسر
33	10- السجن ليس النهاية
34	11- حواسيب غرباء الفضاء
37	12- قاهر مرض السرطان
39	13- هل تريد أن تصبح مليونير؟
42	14- النجاح يأتي بعد سنين
44	15- جمهورية القهوة
47	16- ترجمات جوركا زيلينسكين
49	17- قصة نجاح شركة ايه تي آي ATI
52	18- روبرت فويت، الطيار المبرمج
54	19- أسطورة الإعلانات دوني دويتش
56	20- غلطة دومنيك ماكفي
59	21- جمال الهند: صالون شاهيناز حسين
61	22- مليونير النوايا الحسنة
64	23- الأم المثيرة - أنيتا روديك
68	24- عبد العزيز العنزي
70	25- أيمن راشد، اطلب، كوم
73	أفكار عملية لبدء مشاريع تجارية

الهدية



هل النجاح ضربة حظ؟ شيء نادر يحدث مرة ولا يتكرر؟ هل الناجحون ولدوا ليكونوا كذلك، لحكمة إلهية لا سبيل لفهمها؟ هل الفاشلون في الحياة مقدر لهم الفشل، وبالتالي فلا توجد قوة تحت سماء هذه الأرض تستطيع أن تغير من قدرهم وحالهم هنا؟

تأتي على كل واحد منا فترات يشعر فيها بأشد درجات الإحباط، يرثى فيها لنفسه، ويتشج له فيها كل شيء بالسواد، ويصور له تفكيره أنه لا سبيل للوقوف بعد هذه العثرة، وأن ما حدث هو نهاية

الطريق وخاتمة الأحداث، فلا عودة ولا نهوض بعد هكنا وقوع، فهل الأمر كذلك؟

هنا الكتاب كله محاولة لإقناعك بأن تجيب أنت بالنفي على كل هذه التساؤلات، من خلال قصص نجاح، جمعتها لك عزيزي القارئ من واقع الحياة التي نعيشها، لأناس تحلوا بالتفاؤل وتحملوا الصعاب، حتى أدركوا النجاح. النجاح تفاؤل لا يفل فيه تشاؤم، نتاج مجهودات لا تفتقر، وعزيمة لا تكل ولا تمل، وإيمان لا يهتز ولو حطت أكبر المصائب فوق رأسك. النجاح ثقة تامة بالله تعالى، وبأنه كلما كبرت المصائب، كلما عظمت منح السماء، للصابرين والمتابرين.

رؤف شبايك

blog.shabayek.com

1- النجاح قد يأتي بعد سن الخاهسة والستين

كان ميلاده في التاسع من شهر سبتمبر عام 1890 م في بلدة هنريفييل التابعة لولاية إنديانا الأمريكية، وفارق

والده - عامل مناجم الفحم - الحياة وعمره ست سنوات، ومع اضطرار والدته حينئذ للخروج للعمل لتعول الأسرة، كان على أكبر إخوته: ساندرز، أن يهتم بشأن أخيه ذي الثلاث سنوات وأخته الرضيعة، وكان عليه أيضاً أن يطهو طعام الأسرة، مهتماً بنصائح ووصفات أمه. في سن السابعة كان ساندرز قد أتقن طهي عدة أنواع من الأطباق الشهية، من ضمنها الدجاج المقلي في الزيت.

عندما يبدو أن كل شيء يعاندك
ويعمل ضدك. تذكر أن الطائرة
تقلع عكس اتجاه الريح. لا معه
(هنري فورد).

لم يقف الأمر عند هذا الحد، إذ اضطرت ساندرز كذلك للعمل في صباه في عدة وظائف، أولها في مزرعة مقابل دولارين شهرياً، ثم بعدها بستين تزوجت أمه، ما مكنه من أن يرحل للعمل في مزرعة خارج بلدته، وبعدها أتم عامه السادس عشر خدم لمدة ستة شهور في الجيش الأمريكي في كوبا، ثم تنقل ما بين وظائف عدة، من ملقم فحم على متن قطار بخاري، لقائد عبارة نهريّة، لباتع بوالص تأمين، ثم درس القانون بالمراسلة ومارس المحاماة لبعض الوقت، وباع إطارات السيارات، وتولى إدارة محطات الوقود.



إنه هارلند دافيد ساندرز، الرجل العجوز المشهور، ذو الشيب الأبيض الذي ترمز صورته لأشهر محلات الدجاج المقلي. لقد كانت رحلة هذا الرجل في الحياة مليئة بالصعاب والشوك. في عامه الأربعين، كان ساندرز يطهو قطع الدجاج، ثم يبيعه للمارين على محطة الوقود التي كان يديرها في مدينة كوربين بولاية كنتاكي الأمريكية، وكان زبائنه يجلسون في غرفة نومه لتناول الطعام. شيئاً فشيئاً بدأت شهرته تزيد، وبدأ الناس يأتون إلى المحطة فقط لتناول دجاجه، ما مكنه من الانتقال للعمل كبير الطهاة في فندق يقع على الجهة الأخرى من محطة الوقود، ملحق به مطعم اتسع لقرابة 142 شخص.

على مر تسع سنين تالية، تمكن ساندرز من إتقان فن طهي الدجاج المقلي، وتمكن كذلك من إعداد وصفته السرية التي تعتمد على خلط 11 نوعاً من التوابل، الكفيلة بإعطاء الدجاج الطعم الذي تجده في مطاعم كنتاكي اليوم.

كانت الأمور تسير على ما يرام، حتى أن محافظ كنتاكي أنعم على ساندرز (وعمره 45 سنة) بلقب كولونيل تقديراً له على إجادته للطهي، لولا عيب واحد - اضطراب الزبائن للانتظار قرابة 30 دقيقة حتى

يحصلوا على وجبتهم التي طلبوها. كان المنافسون (المطاعم الجنوبية) يتغلبون على هذا العيب بطهي الدجاج في السمن المركز ما ساعد على نضوج الدجاج بسرعة، على أن الطعم كان شديد الاختلاف.

احتاج الأمر من ساندرز أن يتعلم ويختبر ويتقن فن التعامل مع أواني الطهي باستخدام ضغط الهواء، لكي يحافظ دجاجه على مذاقه الخاص، ولكي ينتهي من طهي الطعام بشكل سريع، كما أنه أدخل تعديلاته الخاص على طريقة عمل أواني الطبخ بضغط الهواء في مطبخه!

ما أن توصل ساندرز لحل معضلة الانتظار وبدأ يخدم زبائنه بسرعة، حتى تم تحويل الطريق العام، فلم يعد يمر على البلدة التي بها مطعم ساندرز، فانصرف عنه الزبائن. بعدما بار كل شيء، اضطر ساندرز لبيع كل ما يملكه بالمزاد، وبعد سداد جميع الفواتير، اضطر ساندرز كذلك للتقاعد ليعيش ويتقوت من أموال التأمين الحكومية، أو ما يعادل 105 دولارات شهرياً. لقد كان عمره 65 عاماً وقتها!

بعدما وصل أول شيك من أموال التأمين الاجتماعي (الذي يعادل المعاشات في بلادنا) إلى الرجل العجوز، جلس ليفكر ويتدبر، ثم قرر أنه ليس مستعداً بعد للجلوس على كرسي هزاز في انتظار معاش الحكومة، ولذا أقنع بعض المستثمرين باستثمار أموالهم في الدجاج المقلي الشهي، وهكذا كانت النشأة الرسمية لنشاط دجاج كنتاكي المقلي أو كنتاكي فرايد تشيكن، في عام 1952.

قرر ساندرز أن يطهو الدجاج، ثم يرتحل بسيارته عبر الولايات من مطعم لآخر، عارضاً دجاجه على ملاك المطاعم والعاملين فيها، وإذا جاء رد فعل هؤلاء إيجابياً، كان يتم الاتفاق بينهم على حصول ساندرز على مقابل مادي لكل دجاجة يبيعهها المطعم من دجاجات الكولونيل. بعد مرور 12 سنة، كان هناك أكثر من 600 مطعم في الولايات المتحدة وكندا يبيعون دجاج كولونيل ساندرز.

في هذه السنة (عام 1964)، وبعدما بلغ ساندرز سن 77، قرر أن يبيع كل شيء بمبلغ 2 مليون دولار لمجموعة من المستثمرين (من ضمنهم رجل انتخب بعدها كمحافظ ولاية كنتاكي من عام 1980 وحتى 1984)، مع بقائه المتحدث الرسمي باسم الشركة (مقابل أجر) وظهوره بزيه الأبيض المعهود ولمدة عقد من الزمان في دعايات الشركة. عكف العجوز في خلال هذا الوقت على الانتهاء من كتابه Life As I Have Known It Has Been Finger Lickin' Good (أو: الحياة التي عرفتها كانت شهية بدرجة تدفعك للعق الأصابع - كناية عن الجملة الدعائية التي اشتهرت بها دعايات الشركة) والذي نشره في عام 1974.

تحت قيادة المستثمرين الجدد، نمت الشركة بسرعة، وتحوّلت في عام 1966 إلى شركة مساهمة مدرجة في البورصة، وفي عام 1971 بيعت مرة أخرى بمبلغ 285 مليون دولار، حتى اشترتها شركة بيسي في عام 1986 بمبلغ 840 مليون دولار. في عام 1991 تحول الاسم الرسمي للشركة من دجاج كنتاكي المقلي إلى الأحرف الأولى كي اف سي، للابتعاد عن قصر النشاط على الدجاج المقلي، لإتاحة الفرصة لبيع المزيد

من أنواع الطعام. اليوم يعمل أكثر من 33 ألف موظف في جميع فروع كنتاكي، المنتشرة في أكثر من 100 دولة.

قبل أن يقضي مرض اللوكيميا (سرطان الدم) على الكولونيل وسنه 90 عاماً، كان العجوز قد قطع أكثر من 250 ألف ميل ليزور جميع فروع محلات كنتاكي. حتى يومنا هذا، تبقى وصفة كولونيل ساندرز أحد أشهر الأسرار التجارية المحفوظ عليها.

الدروس المستفادة:

- من طفولة بانسة جاء إتقان الطهي، ومن عمل في محطة للوقود بدأت الشهرة، ومن عمل في المطبخ جاءت الوصفة السرية - لكل حدث جليل في حياة كل منا حكمة بالغة، احرص على أن تقف عليها وتستفيد منها.
- كلما اشتدت واستعصت على الحل المشاكل، فاعلم أن الفرج قريب، وكلما صبرت وجاهدت- سيكون كبيراً.
- كان ساندرز شديد الثقة في منتجه (حلاوة طعم دجاجه) ما مهد له طريق النجاح.
- لم ييأس ساندرز أبداً، ولو يأس لما استطاع أحد أن يلومه.
- بقي ساندرز مطلعاً على الحديث في صناعته: فن الطبخ.
- لا يأس مع الحياة، ولا حياة مع اليأس، وما لم يقتلك سيجعلك أكثر صلابة.

2- النجاح لا يتوقف عند حد

ليس الفشل ألا تبلغ
هدفك، الفشل هو ألا
يكون لك هدف في الحياة.

في شهر أكتوبر من عام 1987، جلس لوني بيسون في شقته، عاطلاً عن العمل، مفلساً، جائعاً، متأخراً ثلاثة أشهر عن دفع إيجار بيته، على شفا الطرد للعيش في الأزقة والحواري... فوق كل هذا، كان لوني يعاني من مرض أعاقه عن التركيز لفترة طويلة، فهو كان غير قادر ذهنياً على لعب الشطرنج، أو قراءة كتاب كبير، أو احتمال اجتماع أعمال مدته ثلاث ساعات!

ثم وافته تلك الفكرة: أن يبدأ عمله الخاص، في مجال الهواتف التي أحبها منذ صغره، فإن فعلها، فهو قادر على أن يسحب البساط من تحت أقدام شركات الهواتف الكبرى. كان لوني يعيش في مدينة سياتل، المجاورة لمدينة تاكوما، ورغم تجاوز المدينتين، لكنهما وقعتا في تصنيفين مختلفين لفئة تكلفة الاتصال بين البلديتين، ولنا إن أردت إجراء مكالمة مع قريب يسكن هناك، فكان عليك أن تختصر، أو تذهب لتزوره، أو تدفع فاتورة تليفون سميئة.

لمعت الفرصة في عين لوني، فلو وفر للمتصلين حلاً يجعلهم يجرون المكالمات بتكلفة أقل، لدر ذلك عليه دخلاً رائجاً. لكن كيف لعاطل مفلس مثله أن يحقق فكرة مثل هذه؟ تصادف أن كان لبطلنا لوني جار قدم على سياتل مؤخراً، وهو لمس في لوني عقلاً تجارياً ومشروعاً رابحاً، لنا لم يتردد في إقراضه رأس المال اللازم لتحقيق ما دار في عقل لوني من أفكار – كان هذا المبلغ 350 دولار أمريكي، استعمله لوني في تأسيس شركة فونلينك – أو وصلة الهاتف!

كانت فكرة لوني بسيطة لكن ذكية، فهو اختار بقعة قريبة المسافة من المدينتين، وأقام بنفسه جسراً إلكترونياً ما بين شبكتي الهواتف داخل كل مدينة، وباستخدام حاسوب بسيط، برمجته لوني ليكون حلقة الوصل بين الشبكتين، بدأ لوني تقديم خدماته، موفراً فرصة الاتصال بين المدينتين، بسعر رخيص وثابت بغض النظر عن طول مدة المكالمة، كان هذا السعر يعادل تكلفة الدقيقة الواحدة بالنظام العادي! بالطبع، كان على المتصلين دفع اشتراك سنوي 20 دولار للاستفادة من هذه الخدمة.

أراد لوني الدعاية لخدماته الجديدة، ولنا حين عرض عليه أحدهم إرسال دعاية إلى صناديق بريد 10 آلاف شخص مقابل 300 دولار، وافق لكنه دفع له نصف الثمن على هيئة مكالمات مجانية، والنصف الآخر على صورة شيك بنكي، لم يصرفه الرجل إلا بعد يومين – لحسن حظ لوني! بعد توزيع الدعائيات، بدأ لوني في تلقي 10-15 اتصالاً في اليوم، واستمر هذا الرقم في التصاعد دون توقف.

قاوم لوني كل أسباب إنفاق المال، فهو برمج بنفسه تطبيقا لمحاسبة المتصلين، جعله يعمل على ذات الحاسوب في ساعات الليل المتأخرة، التي عادة ما شهدت أقل معدلات اتصال، وبدلاً من استخدام طابعة غالية الثمن لطباعة الفواتير، استخدم ست طابعات رخيصة التكلفة أدت له ذات الوظيفة.

كان مبدأ لوني بسيطاً للغاية، يوجزه بالقول: رفضت إنفاق أية مبالغ تفوق المال الذي أكسبه! وهو استمر على هذا النهج، ولهذا فشركته ليس عليها أية ديون بسبب الاقتراض. في أول شهر، كان إجمالي قيمة الفواتير 70 دولار، والثاني 3 آلاف دولار، وبعدها اضطر لوني لتأجير غرفة أكبر، ولتوظيف اثنين من الموظفين ليقابل زيادة حجم الأعمال.

بدأت القصص الإنسانية المؤثرة تنتشر بين الناس، مثل تلك السيدة العجوز التي كانت تنفق 170 دولار شهرياً لتبقى على اتصال مع ابنتها التي سكنت البلدة المجاورة، هنا المبلغ هوى إلى 5 دولارات في الشهر بسبب الخدمة الجديدة التي اخترعها لوني! بعد مرور عام على بدء النشاط، كانت شركة لوني تحقق عوائد قدرها 100 ألف دولار أمريكي في الشهر! في عام واحد تحول لوني من فقير بانئس إلى غني يجمع أموالاً لا يعرف ماذا يفعل بها!

بعد مرور عامين، كان لدى لوني 25 ألف عميل سعيد راض، لكن أرباح لوني كانت تعني خسائر فادحة لشركات الاتصالات (قدرها لوني بمقدار 3 إلى 4 مليون دولار شهرياً)، ولنا كما طبعياً أن يزوره ممثلو هيئة تنظيم الاتصالات، والتي طلبت منه التحول إلى شركة اتصالات رسمية، إذا هو أراد الاستمرار في نشاطه. كان الظن بغيره أن يخاف ويفر بعنيمته ويختفي، لكن لوني لم يناقش الأمر، فقد انطلق ليحقق الشروط الحكومية ليصبح شركة اتصالات رسمية، لكن الحق أنه كان سيفعلها من نفسه، ذلك أن لوني رأى فرصاً كثيرة ليكرر فكرته مرات ومرات...

لقد كان لوني من أولئك الناس القادرين على اكتشاف الفرص الصغيرة، التي ستتحول إلى كبيرة بمرور الوقت. لقد أبصر لوني أن المستقبل لشركات الاتصالات، لأن جميع الناس ستستخدم هذه الخدمة، ولهذا قرر لوني تغيير اسم شركته إلى فوكس للاتصالات، فهو أراد اسماً يعكس الفكر الجديد لشركته، ألا وهو تقديم شتى أصناف الاتصالات.

في عام 1996، دلف لوني بشركته إلى عالم خدمات الهواتف النقالة، وبدأ لوني يشعر بصعوبة الدعاية لخدمات الاتصالات النقالة، التي كانت حكرًا وقتها على رجال الأعمال، لتكلفتها المرتفعة وقتها...

أراد لوني الدعاية لخدماته الجديدة: الاتصالات الجواله/النقالة/المحمولة، وهو لم يكن من النوع الذي يلقي نقوده يمناً ويسرة، لذا فكر في طريقة جديدة - مبتكرة، للتسويق والدعاية لخدمات شركته - وتمثلت هذه في صورة أسطول من 60 سيارة نقل مغلقة، تحمل دعايات شركته وخدماتها، لتسير في شوارع المدينة وتقف في طرقاتها، بما يدفع الناس لقراءة الدعايات التي ترتديها.

يمكننا أن نفعل أي شيء
نريده - لكن لا يمكننا أن
نفعل كل شيء نريده!

في آخر لحظة قبل خروج السيارات إلى الشوارع، تفتق ذهن لوني عن فكرة عظيمة، فكرة نتاج إلهام السماء - أن تحمل كل سيارة من السيارات رقم اتصال مجاني. لم يكن في الأمر أي تكلفة إضافية، فالشركة شركة اتصالات في الأصل، وأرقام الهواتف منتجاتها، فلا تكلفة إضافية فعلية على الشركة. بذلك، يستطيع لوني في أي لحظة أن يتصفح تقارير الكمبيوتر، ليرى أي أكثر رقم اتصل عليه الناس لمعرفة المزيد من التفاصيل عن خدمات الشركة.

بهذا، استطاع لوني مراقبة أداء كل سيارة، وكلما حققت سيارة اتصالات كثيرة في بقعة ما، أرسل إليها لوني بقية السيارات التي لم يتصل على رقمها أحد. السيارة التي لا تحقق أي اتصالات، عليها أن تتحرك إلى بقعة جديدة. السيارة التي تحقق اتصالات تقف مكانها ولا تتحرك. لقد ابتكر لوني نظام مراقبة لنفقات الدعاية والإعلان، نظام أمثل للرد على المقولة الشهيرة: **أعلم أن نصف نفقات الدعاية والإعلان تنهب هباء، لكنني لا أعرف أي نصف منها!**

عندما اختمرت نتائج هذا النظام، هبطت فكرة سماوية أخرى على لوني: هنا النظام لا يجب أن يقف عند حدود شركته، إن هذا النظام من القوة والدقة بحيث يمكن تطبيقه بصور كثيرة وأشكال شتى، في مجالات متعددة، مع شركات أخرى.

هذه المعرفة الداخلية أدت إلى ولادة شركة من المتصل **Who's Calling** والتي نمت من شركة تحقق أقل من مليون دولار عوائد في عامها الأول، إلى شركة تحقق 60 مليون دولار من العوائد بعد خمس سنوات من بداية عملها! اليوم لا تراقب الشركة الجديدة الاتصالات الواردة وحسب، بل ترشد العملاء إلى طريقة تحويل مكالمات الاستفسار إلى عملية بيع ناجحة، مع اقتراح طرق اقتصادية للدعاية والإعلان.

تحلى لوني بالشجاعة في تطبيق الأفكار الجديدة، وهو يعطينا أربع نقاط تساعدنا على تحويل الأفكار إلى شركات ونجاحات...

امسح سوقك المحلية بشكل سريع

حدد الشركات التي تقدم أسوأ مستوى من الخدمات إلى عملائها، وحدد تلك التي تكلف زبائنها الغالي من التكاليف، مقابل تقديم أقل مستوى من الخدمة، ثم فكر في طريقة مبتكرة لتقديم ذات الخدمة بتكلفة أقل، ثم حدد أي العملاء أكثر قابلية لنفض يده من هذه الشركات والتحول إلى منافس يقدم له عرضاً مغرياً لا يستطيع رفضه!

انظر خارج منطقتك الآمنة

كل شهر، يصير لوني على قراءة عدة كتب ومنشورات دورية عن مجالات وصناعات خارج اختصاصه لا يعلم عنها أي شيء، وهو حصل على أفكار عبقرية من قراءة مقالات لا تمت بصلة إلى طبيعة عمله.

اكتب قائمة بأسماء الشركات التي يتحدث الكثير من الناس عنها بإعجاب

هؤلاء إما المنافسين الذين ستنافسهم، أو الشركاء الذين ستشاركهم! طالما أن هذه الشركات لها الكثير من العملاء الذين جلبوا لها الشهرة، فعليك التفكير في طريقة لتتهم عن طريقها هؤلاء العملاء بشكل أفضل (الفكر التنافسي)، أو فكر في طريقة تقدم لهم بها خدمات تكميلية (فكر المشاركة).

إياك والبقاء محبطا

ينال الإحباط والفضل منا جميعا، ولهذا تجد العديد من الناس يحجمون عن بدء شركات وأعمال جديدة. لا تخف من المنافسة والفضل، فلن تفوز ما لم تخوض الغمار، وتكون مستعدا لأن تخسر بين الفينة والأخرى. تعلم من كل كبوة، فبطل قصتنا اليوم دخل في مشاريع فاشلة عديدة، قبل أن يبرك النجاح.

3- نجم الأذهفة الإلكترونية



هذا العنوان مقتبس من مقالة مترجمة نُشرت في شهر ديسمبر 1985 في مجلة لمختر عربية عن ذك لشخصية.

تعتمد نظرية النجاح في دنيا الأعمال على المجيء بفكرة عبقرية لامعة، لم يسبقك إليها أحد من قبلك، ثم تضع خطة عمل محكمة قابلة للتحقيق، ثم تبحث عن الممولين وتضع نسبة تقسيم عادلة للأرباح والخسائر، ثم تتوكل على الله وتجتهد.

هذه نظرية أكاديمية بحتة، وهي وإن تحققت في كثير من الأحيان، لكن لكل نظرية شواهدا، واليوم نتناول هنا الأمر من خلال قصة الفرنسي فيليب كان المولود في 16 مارس 1952، العبقرى السابق لأوانه الذي أبدع فأشهر شركة بورلاند لبرامج الحواسيب، تلك الشركة التي خرج الرعيل الأول من المبرمجين العرب يتعلمون على برامجها في البرمجة بلغتي تيربو باسكال وتيربو سي ودلفي ومنها إلى برامج إدارة قواعد البيانات بارادوكس وغيرها الكثير.

حصل فيليب على شهادة الدكتوراة في الرياضيات من الأكاديمية الفرنسية للعلوم، وعمل بالتدريس لفترة قصيرة بعد التخرج، ثم تعلم لغة البرمجة باسكال مباشرة على يد مخترعها في مدينة زيورخ. دخل فيليب معترك العمل في مجال تقنية المعلومات قبل نشأتها، في منتصف السبعينيات من القرن المنصرم، حين عمل كمبرمج في فرنسا على جهاز حمل اسم ميكروال، وهو ما يصطلح المؤرخون على أنه كان من إرهابات نشأة المايكرو كمبيوتر أو الكمبيوتر الشخصي الصغير.

(كان لفظ كمبيوتر وقتها يُطلق على هذا الجهاز العملاق الذي يشغل غرف عديدة ويحتاج لطاقة كهربائية تكفي مدينة صغيرة، ولمحطات تبريد خاصة).

سافر فيليب إلى الولايات المتحدة الأمريكية في زيارة أراد منها العمل هناك، فكانت أول وظيفة له في معامل شركة هيولت باكرد (اتش بي اليوم) لكن هذه الوظيفة استمرت ثلاثة أيام فقط، بعد أن اكتشفت الشركة أنه قدم للبلاد بفيزا زيارة وبالتالي لا تستطيع تعيينه بدوام كامل، لكن يمكنها الاستعانة به كخبير فني، وهو ما وافق هوى فيليب، فأسس شركة استشارات فنية أسماها ماركت إن تايم، وهي حملت الحروف الثلاثة الأول ام أي تي، لتتشابه مع معهد ماساتوتش التكني الأشهر على مستوى العالم.

الطريف في الأمر أن مقابلة التوظيف هذه اعتمدت على أن فيليب ضليح في مجال ترتيب المعلومات في صفوف Queuing وهي كنبية استتركها فيليب بقضاء ليال طوال يناكر فيها بجهد هذه التقنية الجديدة حتى صار خبيراً فيها فعلاً - فيليب الشرير!

الفشل هو ببساطة فرصة
جديدة لكي تبدأ من جديد.
فقط هذه المرة بذكاء أكبر
(هنري فورد).

بالطبع لم ينل اسم شركته رضا المسؤولين في المعهد الشهير، الذين أرسلوا رسالة شديدة اللهجة للشركة الناشئة تطلب تغيير الاسم وإلا. تصادف في ذات الوقت أن كان فيليب انتهى من مشروع طلبته منه شركة أيرلندية حملت اسم بورلاند، نشأت في عام 1980 ثم أفلست تاركة ديون عميقة لم تسدها له، فاشتراها فيليب في 1983 مقابل أن ينسى ديونها التي لم تسدها له، وأن يحصل على اسمها التجاري وأصولها وممتلكاتها. بذلك أصبحت شركته تحمل اسم بورلاند رسمياً.

كان فيليب يرى أن الجميع يركز على تطبيقات المحاسبة والكتابة، تاركين مجال البرمجة خالياً، لنا أراد أن يغطيه بلغة البرمجة باسكال على حواسيب آي بي ام الشهيرة، وهو أراد تطبيقاً يحتاج مساحة ذاكرة صغيرة للعمل، ويعتمد على واجهة تطبيق أنيقة، والأهم من كل هذا: سرعة تشغيل كبيرة.

كانت هذه الفكرة صعبة - بل مستحيلة - التطبيق وقتها، لكن فيليب فعلها في نوفمبر 1983 عندما أطلق تيربو باسكال بمجهود أربعة مبرمجين فقط. كعادته، سهر فيليب ليلاً طويلاً ليضع تصميم أول إعلان للغة البرمجة تيربو باسكال، وعمد لخدعة أخرى، حينما دعا مسئول بيع الإعلانات في مجلة تهتم بشئون الحواسيب، وتظاهر بأن لديه عروض إعلانات من مجلات أخرى، فما كان من البائع الذكي إلا أن عرض على فيليب نشر الإعلان أولاً ثم قبض ثمنه لاحقاً. هذه الفكرة أثبتت روعتها ونجاحها فيما بعد.

أراد فيليب كذلك عقد مؤتمر صحفي لبرنامج الجديد تزامناً مع معرض كومدكس الأمريكي، لكنه كان فقير المال، لنا عمد لفكرة أذكى، أعلن عن مؤتمره الصحفي في مطعم ماك دونالدز للوجبات السريعة، وهو أمر لم تستهجنه الصحافة، وحضره صحفي في مجلة بايت الأمريكية، والذي عاد ليكتب في ثلاثة أعداد متتالية عن لغة البرمجة الساحرة الرائعة...

كما النار في الهشيم، أقبل الناس بجنون على لغة البرمجة الجديدة، والتي كانت تباع بسعر زهيد (49.99) دولار في حين اللغات المماثلة كانت تباع بالآلاف ومئات الدولارات، خلال سنتين كانت بورلاند قد باعت 300 ألف نسخة من تيربو باسكال، وتحولت من شركة يعمل بها أربعة أفراد إلى شركة لديها مئة موظف.

**النجاح في عالم الأعمال ليس
نتاج الشهادات العليا - إنه
نتاج التجربة والتعلم من
الأخطاء - وعدم اليأس.**

لم تصفو الدنيا للعبقري طويلاً، فرغم نجاحاته في عالم أعمال البرمجة، ورغم صراعه مع عمالقة البرمجيات مثل لوتس ومايكروسوفت، لكن فيليب تلقى قرار الاستغناء عن خدماته بعد 12 سنة قضاها مديراً، في عام 1994 بقرار من مجلس المساهمين، بعد أن بدأت شركته في البعد عن عزف نغمة الأرباح وبدأت تتكبد الخسائر الجسام، وكان لقرارات فشلت (مثل شراء شركة أشتون

تايت وبرنامجها الشهير دي بيز برو مقابل 439 مليون دولار استنزف سيولة الشركة، وتأخر بورلاند في طرح نسخة من برنامج قاعدة البيانات هذه تعمل على نظام ويندوز، كذلك بناء مبنى للشركة تكلف مئة مليون دولار وغيرها) الفضل في الاستغناء عنه.

الفشل لا ينال أبداً من معادن الناجحين، لذا استمر فيليب في دربه وأسس شركة أخرى سماها ستار فيش StarFish للبرمجيات المتخصصة في التطبيقات اللاسلكية لنقل وتبادل المعلومات. حينما وضعت زوجته ابنتهما صوفي، أراد الزوجان تبادل صور الجميلة الصغيرة مع بقية العائلة عبر الهاتف لا الكمبيوتر، وهذه كانت لحظة ميلاد فكرة خدمة تبادل الصور عبر الهواتف النقالة في هيئة ام ام اس MMS وميلاد شركته الثالثة، إذ كان فيليب يحمل الكاميرا الرقمية في يده، والهاتف النقال في اليد الأخرى، ومثل هذه المواقف لا تمر على عقلية لامعة مثله، فالسؤال المنطقي الطبيعي سيكون لماذا لا ندمج الآتين معاً؟

في يونيو 1997 كان فيليب قد انتهى من النموذج التجريبي للهاتف النقال ذي الكاميرا الرقمية، ليبيع شركة ستار فيش بعد ثلاث سنوات ونصف من إنشائها بمبلغ 253 مليون دولار لشركة موتورولا في عام 1998. احتفظ فيليب بموقعه كمدير لشركة ستار فيش، وقام بعدها بتأسيس شركتين جديدتين: لايت سيرف وأوبن جريد، ثم أتبعهم بشركته الرابعة والحالية " فولباور " التي أسسها مع زوجته في عام 2003.

الجدير بالذكر أن تطبيقات التقاط الصور الرقمية تعتمد على خوارزميات لضغط هذه الصور لتتغل حجماً أقل، هذه الخوارزميات كانت محل دراسة فيليب في أطروحته، كما وتعتمد شركة كوداك في كاميراتها الرقمية على برامج صممتها لها شركة فيليب.

لا تظن أن فيليب كان ناجحاً على الدوام، فهو يعترف بارتكابه أخطاء إدارية كثيرة، مثل مشروعه لتصميم مساعد رقمي شخصي يمكن أن ترتديه، ثم تضعه في مقبس توصيل مع حاسوبك النقال لتحديث البيانات ثم تعود لترتيديه، وخطأ فيليب -كما يخبرنا بنفسه- أنه باع حق استغلال اختراعه هنا لشركة لم تستطيع تسويقه على الشكل المطلوب، ما أدى لأن تسبقه شركة بالتم بمساعدتها الرقمي بالتم.

لليوم، لازال فيليب من مستخدمي برامج شركته السابقة بورلاند، ولا زال يذكرها بكل خير، ولا زال يدعمها. قد لا تكون بورلاند لاقت مصيراً أفضل من شركة تنسكيب، لكنها تبقى ضمن ضحايا مايكروسوفت، على أنها تتأثر للخروج من عثرتها.

الدروس المستفادة:

- خسرت بورلاند المعركة لصالح مايكروسوفت لأنها حادت عن الإبداع والابتكار، كما لم توفق أوضاعها بشكل سليم مع تزايد حجمها، ولم تتناغم مع توجهات السوق بشكل إيجابي.
- في بدايته، استخدم فيليب سلاحاً تسويقياً جديداً: باع لغة برمجة رائعة بسعر متدن، فتعلمت مايكروسوفت منه الدرس، وردتها له في صورة برنامج قاعدة بيانات بسعر 99 دولار، في حين كان سعر منتج بورلاند المماثل 795 دولار.

4- النجاح يبدأ من غرفة النوم

الفرص لا تضيع في عالم
الأعمال إن أنت لم تقتنصها. بل
تذهب لمنافسيك.

بعد نجاحه في إدارة مطعم بيتزا في مهجع جامعته هارفارد، تخرج توني شاي (Tony Hsieh) فيها متخصصاً في علوم الكمبيوتر في عام 1995، وهو عمل بعدها مع زميله في سكن الجامعة: سانجاي (Sanjay Madan) كمبرمجين في شركة أوراكل.

بجانب وظيفتهما الصباحية، كانا يصممان مواقع على شبكة انترنت لشركات ومراكز تسوق كثيرة، وكانت مقابلات العملاء تتم في أوقات استراحة الغداء، والعمل على تصميم المواقع يتم ليلاً. على أنه دائماً ما واجهت الثنائي مشكلة متكررة: شكوى زبائنهم من عدم دخول زوار على تلك المواقع التي صمموها، فضلاً عن أن غالبية هؤلاء لا يملكون الميزانيات الضخمة لينفقوها على الدعاية والإعلان، لذا لم تكن هناك طريقة اقتصادية لجلب زوار للمواقع.

من هنا جاءتهم فكرة عمل موقع مخصص لتبادل الإعلانات بين مواقع إنترنت دون أي مقابل مادي، وتمكنا في البداية من الاتفاق مع عشرين موقعاً لتبدأ فكرة موقع تبادل الإعلانات LinkExchange اللذان بدأه في عام 1996، من على جهاز كمبيوتر يعمل في شقة صغيرة، وانضم إليهما بعد فترة ثالث اسمه علي باتروفي. يذكر توني هذه الفترة قائلاً: كنا نريد توفير الدعاية الإعلانية (بانرات) للجميع، عبر نظام تعاوني متاح للجميع الاشتراك فيه بالمجان.

مثل سريان النار في الهشيم، انتشر الخبر، وسارع الجميع للاشتراك في هذا الموقع الوليد، حتى بلغ عدد المشتركين قرابة مئة ألف موقع، يعرضون أكثر من أربعة ملايين إعلان يومياً، ولنا في عام 1997 كان لزاماً عليهما ترك وظيفتهما النهارية والتفرغ الكامل للفكرة الوليدة. يذكر توني أنه كان قد وضع خطة لمستقبله المهني، تلتخص في قضائه 6 سنوات من العمل الجاد، ثم بعدها يشرع في بدء مشروعه الخاص، لكنه يستطرد قائلاً: العمل لدى أوراكل كان الملل بعينه، ولم نشعر أن عملنا هناك يحقق أي فرق لنا. والنا توني لم يرق لهما أبداً فكرة استقالة ابنتهما من عمله، فهما كان يريدانه أن يكمل دراسته ليحصل على شهادة الدكتوراة.

سرعان ما تنبّهت الشركات الكبرى لهذا المشروع الناجح، فاستثمرت شركة أمريكية مبلغ ثلاثة ملايين دولار مع الشابين الحالين، لكن سر نجاح المشروع الجديد كان التركيز على مدير الموقع العادي - الذي في مقابل أن يعرض في موقعه إعلانين - في نفس الوقت يتم عرض إعلان واحد له في موقع آخر وهكذا، فأما الإعلان الإضافي فيتم بيعه ومن هنا تأتي الأرباح، كما يمكن لكل مشترك أن يحصل على زيادة في نسبة عرض إعلاناته نتيجة اشتراكه في مسابقات كثيرة مثل أحسن موقع وغيرها.

لكن الثنائي لم يقف عند هنا الحد، بل استمر يقدمان الخدمات مقابل الإعلانات على الإنترنت، واستمر يستقطبان نداء الموظفين لينضموا للمشروع الجديد، واستخدما وسائل غير تقليدية لكي يلفتوا أنظار الناس إلى مشروعها الجديد. وأما عن العملاء فالقائمة الطويلة ضمت أسماء شركات ومواقع شهيرة مثل ياهو و يونيفرسال ستوديوز والشبكة التليفزيونية أي بي سي تي في.

تقدم العملاق الأمريكي مايكروسوفت لبيتلع الشركة الجديدة بمبلغ 265 مليون دولار في نوفمبر من عام 1998، جعلاً الثنائي شابين غنيين جداً، وهما استمر في طريق الثراء حيث استثمر كل منهما نصيبه من الصفقة في تمويل مشاريع ناجحة أخرى، منها سلسلة مطاعم وموقع بحث على إنترنت، والعديد من الشركات الأخرى، وأما موقع LinkExchange فقد عجزت مايكروسوفت عن فهم سر نجاحه، وطوته ضمن مشاريع اقتصادية أخرى لها، فشلت كغيرها، فميكروسوفت برعت في البرمجيات، وفشلت في ترويض روح مواقع إنترنت الحرة.

عمل توني مديراً لشركة Venture Frogs للاستثمارات في المشاريع الناشئة، حيث رعت الشركة أكثر من مشروع ناجح وباعتهم بأرباح كبيرة. التحق توني في عام 2000 بشركة Zappos لبيع الأحذية عبر إنترنت، كمدير تنفيذي، ليحولها من شركة ذات مبيعات قدرها 1.6 مليون دولار، إلى 370 مليون في عام 2005.

5- راهب دوهينوز بيتزا

بعدما توفي والده وهو صغير، لم تتمكن أمه من الإنفاق عليه هو وأخيه، ما اضطرها للتخلي عنه في ملجأ للأيتام، تديره الرهبات البولنديات الكاثوليكيات في ولاية ميتشجان الأمريكية. عمدت الرهبات المتشدات إلى زرع حب الدين في نفسه، وهو انتظم بعدها في الدراسة ليكون راهباً، لكنه طرد من دراسة اللاهوت في النهاية، لفشله في الالتزام بالنظام.

عمل بعدها سائق سيارة نقل لتوفير المال للالتحاق بالجامعة، حيث درس لمدة ربع فصل دراسي، حصد خلاله الدرجات العالية، لكنه اضطر لتركها لفشله في توفير المال الكافي لدفع تكاليف الدراسة، ولنا قرر بعدها الالتحاق بمشاة البحرية الأمريكية في عام 1956 وسرّح منها بمرتبة الشرف في عام 1959، مدخراً نصف ما حصل عليه خلال هذه الفترة، وهو كان يقضي الطويل من الوقت في المحيط على ظهر سفينته الحربية يفكر في مستقبله وكيف يريد أن يكون.

على أن هنا المال الذي ادخره ذهب سدّى في مشروع فشل، وبعدها التحق توم بوظيفة مشرف على صبيان توزيع الصحف والجرائد اليومية، وبدأ بنفسه خدمة توصيل الجرائد اليومية إلى المنازل في مدينة نيويورك، واشترى محلاً صغيراً لبيع الجرائد والمجلات، والتحق خلال هذه الفترة مرتين بالجامعة، واضطر في المرتين للانسحاب بعد ثلاثة أسابيع لقصر ذات اليد.

ذات يوم في عام 1960، أخبر جيمس أخاه **توماس (توم) موناهان** عن محل بيتزا معروض للبيع اسمه دومينيكو، وكان جيمس متحمساً لشراء المحل، لكنه كان قلقاً من أن يفعلها وحده، لنا أثار أن يشرك أخاه معه، معاً قرر الأخوان دفع 500 دولار واقتراض 900 أخرى لشراء المطعم في مدينة بيتزلينتي.



حصل توم على درس مكثف في شرح طريقة طبخ البيتزا، استمر ربع الساعة فقط، بعدها رحل المدرس وصاحب المطعم السابق. كان الأخوان بلا أي خبرة، وهما اشترا المطعم دون استشارة محامي، ومارسا بيع البيتزا دون حتى خصم الضرائب كما كانت تقتضي القوانين المنظمة وقتها! كانت الخطة أن يعمل توم نصف الليل، ويكمل أخوه النصف الآخر، وهو ما رفضه جيمس، الذي كان يريد الحفاظ على وظيفته النهارية كرجل بريد.

بعد مرور ثمانية شهور على البداية، قرر جيمس الانسحاب من هنا المشروع، فما كان من توم سوى أن قابضه بسيارة فولكس فاجن من طراز الخنفسة بيتلز كانا يستخدمانها لتوصيل الطلبات. كانت السنة

الأولى مضمّية للغاية، ولم يتمكن توم من تحقيق ربح يُذكر، وهو تأخر في سداد الفواتير المستحقة عليه.

بعدما ضاقت واستحكمت حلقاتها، جاء يوم العطلة الأسبوعية، وحدث أن غاب نصف فريق العمل عن الحضور، وكان هنا أكثر يوم من حيث المبيعات، إذ أن الدور الجامعية لم تكن توفر الوجبات لطلابها في هذا اليوم، وكان مطعم توم قريباً من هذه الدور. لم يدرِ توم ماذا يفعل مع هذا الغياب في قوة العمل، هل يفلق أبوابه أم يفتحها وليكن ما يكون؟

كان توم يقدم البيتزا في خمسة أحجام، لكن أشار عليه أحدهم بأن يقدم البيتزا ذات الحجم ست بوصات فقط، فهي كانت تستغرق ذات الوقت اللازم لطهي الحجم الكبير، وتحتاج ذات الوقت في التوصيل لكنها كانت تكلف أقل وربحها أكبر. كانت الخطة تعتمد على أنه إذا ساءت الأمور فسيستوفون عن استقبال المكالمات الهاتفية. مضى اليوم بسلام، ولم يرفض توم أي طلب، لكنه حقق 50% أرباحاً إضافية في تلك الليلة ولأول مرة. الليلة التالية قدم توم بيتزا من الحجم تسع بوصات فقط، وبعدها بدأت الأرباح تعرف طريق توم.



اشترى توم بعدها محلين جديدين في ذات البلد، وهو أراد تسميتهما دومينيكز، لكن دومينيك صاحب الاسم رفض ذلك، ولنا وجب المجيء باسم قريب. ذات يوم عاد فتى من فتیان التسليم وقال له: لقد وجدت لك الاسم المناسب - دومينوز بيتزا، وأعجب توم بالاسم على الفور، فهو ايطالي، يتماشى مع البيتزا ايطالية المنشأ، وهو يرمز لقطع الدومينو وبالتالي يمكن استخدامها في العلامة التجارية.

كانت الفكرة الأولية أن يضع توم قطعة دومينو تتضمن ثلاث نقاط، لترمز إلى الفروع الثلاث، وكلما افتتح توم فرعاً جديداً، كلما أضاف نقطة. بالطبع مع الزيادة الكبيرة في عدد الفروع، لم يتسنى أبداً تنفيذ هذه الفكرة.

كان نطاق تفكير توم محدوداً وقتها، فهو لم يتوقع أن تكون فروعه الثلاث الأزحم في المدينة كلها، فكل فرع كان يبيع ما يزيد عن 3 آلاف بيتزا في الأسبوع، زادت حتى 5 آلاف. كان توم شديد الاهتمام بكل صغيرة وكبيرة في ثنايا عمله، فهو وظف متدربين مكفوفي البصر ليختبروا جودة عجائنه، واستبين رأي رجل الشارع العادي في كل شيء، وهو اكتسب حب وتعاون فريق عمله، ما ساعده على تحسين جودة ما يقدمه، مع خفض التكاليف في ذات الوقت.

الفشل هو البُهار الذي يعطي النجاح حلاوته. وبدونه لا تكتمل الطبخة.

في نهاية الستينات حضر توم دورة تدريبية عن فكرة التعهيد (فرانشيز)، وهنا بدأ الإلهام يهبط عليه، فهو رأى رجالاً تبو عليهم إمارات الثراء والترف المضط، يحضرون هذه الدورة، وبدأ يدرِك أن التعهيد هو السبيل لبلوغ القمة، لكن تعين عليه قبل ذلك أن يكون لديه نموذج العمل المتميز والذي سيكفل له النجاح.

رأي توم أن ما يميزه هو توصيل طلبات البيتزا إلى طالبيها في مواقعهم، ورغم أن خدمة التوصيل هذه لم تكن منتشرة أو مطلوبة بشدة وقتها، لكنه قرر أن يتبنى هذه النموذج ويجعله العلامة الفارقة له. ولكن، قبل أن يفعل ذلك، كان عليه الحصول على المال الوفير الذي سيعينه على فعل كل ذلك. هنا قرر توم أن الوقت قد حان ليطرح شركته في البورصة.

قابل توم سمساراً مالياً في مدينة ديترويت وعرض عليه الفكرة، لكن الرجل رآها فكرة ساذجة، فعلى توم قبلها أن يكون أكثر حرفية، إذ عليه توظيف العديد من الرجال ذوي الشهادات في إدارة الأعمال، وعليه ميكنة وحوسبة نظام الحسابات لديه، وأما الشيء الأهم: وجوب الاستمرار في النمو والكبر.

فعل توم كل ما قاله الرجل، وهو زاد عدد فروعته من 12 إلى 44 في عشرة شهور، لكن توم بدأ يلاحظ كثرة موظفيه، وقلة ما يفعلونه. المحلات الجديدة لم تكن بالقرب من الجامعات مثل سابقتها، بل بالقرب من التجمعات السكنية، وتميزت محلاته بالزحام، وبطء التسليم، كما بدأت محلات التعهيد تتسلم الطعام من توم، لكنها لم تدفع له الثمن إذا لم يتم بيع هذا الطعام. وما هو إلا وقت قليل حتى انتهى الأمر بصاحبنا وقد خسر 51% من شركته للبنوك المقرضة.

أجبر الدائنون فريستهم توم على الاستعانة بخبير إداري كان من المفترض به إعادة الأمور إلى نصابها، لكنه على العكس أضر أكثر مما نفع. أصدر الخبير أوامره التي لا ترد وفرماناته برفع أسعار البيتزا، وخفض نفقات الخدمات والتسليم، وأمر الضروع باستخدام الرخيص من مكونات البيتزا، ووقف توم وقفة المتفرج، فهو كان عاجزاً عن التدخل.

بعد مرور عشرة شهور على مقدم الخبير، بدأ المتعهدون رفع دعاوي قضائية بسبب المغالاة في أسعار التعهيد، وإجبارهم على شراء كل شيء من الشركة، والتي كانت في موقف سيء للغاية، حتى أن البنوك وافقت على أن تعيد الإدارة لتوم، لياسهم من جدوى إصلاح الأمور.

كانت سعادة توم باستعادة زمام الأمور بالغة، وهو استجدى وترجى واستعطف الموردين حتى يستمروا في التوريد، والمتعهدين حتى يتراجعا عن قضاياهم. وافق البعض من الذين سعدوا بعودة توم، واحداً تلو الآخر، وأما الذين رفضوا التراجع فتصالح معهم توم وفض اتفاقية التعهيد وتركهم يتحولون لأسماء أخرى.

لكن توم كان لا زال أمامه دين كبير يجب سداه، فهو كان لديه أكثر من ألف دائن، رفع 150 منهم دعاوي قضائية مطالبين بالسداد. استغرق الأمر من توم قرابة السنتين من العمل الشاق والتحدث طوال الوقت في الهاتف مطالباً الدائنين بفسحة وقت إضافية. بعدما كان لديه 29 عاملاً في محله الرئيس، نزل العدد إلى ثلاثة، اثنان منهم توم وزوجته.

لم يكن توم مستعداً لإعلان إفلاس شركته، لقد تنوق حلاوة النجاح والازدهار، وهو أراد العودة إلى مثل هذه الحالة مرة أخرى. تولى توم الدفاع عن نفسه بنفسه في القضايا المرفوعة عليه، فهو لم يكن ليتحمل نفقات المحامي، حتى حفظه القضاة، وبدؤوا يعطونه أحكاماً مخفضة، مثل تسديد حفضة دولارات أسبوعياً ولمدة شديدة الطول. لقد كان توم يعيش في بيت بلا أثاث ويقود سيارات تسليم البيتزا القديمة.

كان بعض اللائنين من الكرم بحيث أسقطوا بعض الديون، لكن خلال سنة كان توم قد سد كل ديونه، وفي بضع سنين كانت جميع مشكلاته قد حُلّت، وعادت لتوم قوته، وبلغ عدد فروعه 300 محلاً، وعاد الزبائن إلى فروعه والتي بدأت تشهد زيادات صاروخية في المبيعات، وعاد العملاء يربون استغلال اسمه تجارياً مرة أخرى. هذه المرة تعلم توم من القضايا التي رفعت عليه، ولنا أصر على من يريد التعهيد أن يعمل مديراً في أحد مطاعمه، وبعد نجاحه في مهمته لمدة سنة، يمكنه بعدها أن ينال موافقة الشركة.

أنشأ توم شركة لتمويل هذه الشروط الجديدة، وبذلك وفر نفقات المحامين اللذين كانوا يتولون تجهيز العقود ومراجعة الشروط والبنود. لقد أثبت هنا النظام جدارته، وهو أعتبر أفضل نظام تعهيد في وقته، وفي عام 1980 افتتح توم أول فرع له خارج البلاد، في وينيبج بكندا، وفي عام 1983 كان لدى توم أكثر من 1100 فرع.

بدأ توم في تصميم برامج تحفيزية للموظفين، وبدأ يطبق نظام التسليم خلال 30 دقيقة والإفالبيتزا تكون مجانية، وبدأت أوقات التسليم تتحسن وتقل. هنا النظام جلب لتوم شهرة كبيرة، لكنه اضطر في عام 1993 لإيقافه، بسبب دعوى تعويض من سيدة صدمها سائق من سائقي دومينوز تجاوز إشارة ضوئية حمراء!

**الهزيمة عرض مؤقت. بأسك
من إعادة المحاولة بعدها
يجعله مستديماً.**

بدأ توم يحقق أرباحاً خيالية، وبدأت أضواء الشهرة تتركز عليه، وبدأ نظامه الخاص في التعهيد يلقي شهرة كبيرة. هنا النجاح جعل توم يبدأ في شراء الغالي والنفيس، ففي عام 1983 اشترى فريق ديترويت تايجرز (نمور ديترويت) لكرة السلة، وفاز به بطولة العام التالي، ما جعله لقبه يصبح بعدها نمر البيتزا.

اشترى توم كذلك مزارع حول مقر الشركة الرئيس، واشترى 244 سيارة نادرة، واشترى مبان أثرية، لكن توم كذلك كان قد بدأ يتوجه توجهاً دينياً نحو نشر الدين المسيحي ومساعدة المحتاجين والفقراء والمشردين. بدأ توم في بناء الكنائس داخل وخارج أمريكا، وهو انضم للحزب الرفض لإباحة الإجهاض في أمريكا، ما جعل شركته عرضة لدعوة مقاطعة كبيرة من أنصار حق المرأة في الإجهاض، ما جعل توم يدرك أن أفكاره وتوجهاته الخاصة العلنية ستعود على شركته بالضرر وعلى موظفيها، ولنا بدأ يفكر في بيع كل شيء، والتترغ للدين.

في عام 1989، قرر توم بيع كل نصيبه في دومينوز بيتزا، وقضاء بقية حياته في خدمة الكنيسة الكاثوليكية. لكن لإعطاء المشتري الثقة بأن الشركة يمكن أن تسير بدونه رئيساً لها، قرر توم التنحي عن منصبه كرئيس للمجموعة، لكن بيع الشركة استغرق منه سنتين ونصف.

في هذه الأثناء كانت شركة بيتزا هت قد دخلت ساحة المنافسة بقوة، وبدأت في تسليم البيتزا في زمن أقل، وفي غياب توم بدأت الشركة في التدهور، وبلغت ديون الشركة نصف مليار دولار. لقد كان لزاماً على توم العودة مرة أخرى لإنقاذ الشركة في عام 1991. في هذه الأثناء تأثر توم بقراءته لكتاب عن المسيحية، دعا كاتبه القراء للتواضع، والاحتراس من التفاخر، والذي عده من الذنوب، فما كان من توم إلا وأخذ العهد على نفسه بأن يعود فقيراً، فبدأ يبيع ممتلكاته الثمينة، وسياراته الفاخرة، وفريق النمر.

في عام 1999 ظهر مشتر للشركة، فباعها له توم خلال 14 أسبوع. لقد كان المشتري صاحب محلات بيتزا قيصر (سيزرز)، وأما سعر البيع فكان مليار دولار أمريكي، لكن توم لا زال يحتفظ ببعض الأسهم القليلة في الشركة، الذي يعيش واهباً حياته لخدمة دينه، وهو متبرع سخي وشهير، وصاحب جامعات دينية كثيرة. توم من مواليد 25 مارس 1937، وهو دشّن مشروعه الخاص وعمره 23 سنة، في عام 1960، واليوم تفوق فروع شركته السابقة أكثر من 8000 فرعاً.

الدروس المستفادة:

- رغم نشأته الصعبة، وظروفه المعاكسة، تزوج توم وأنجب أربعة من البنات، وبدأ مشروعه الخاص.
- النجاح لا يعني حصانة ضد الفشل، وكذلك الفشل لا يعني استحالة النجاح.
- الأفكار الجديدة مطلوبة من خارج المنشأة، بينما تطبيقها يأتي من داخلها.
- لا تحقرن أي نصيحة، وساعد فريق العمل على أن تثق فيه.
- احرص على أن تكون عندك رؤية واضحة لما تريد أن تفعله وتكونه في المستقبل، ولا يهم حقيقتها أم ليس بعد، الأهم أن تكون عندك، واضحة وضوح الشمس.

6- قصة تأسيس هوتغ هوتهيل

تصرف كمالو كانت
أفعالك ستغير العالم -
فهي كذلك بالفعل

وُلد في صيف عام 1968 و نشأ في إقليم بنجالور الهندي، ودرس في معهد بيرلا للتكنولوجيا لستنين، ثم انتقل لولاية باسادينا الأمريكية في معهد كالتك حيث درس الهندسة الكهربائية، ثم انتقل لكلية ستانفورد ليحصل على شهادته العلمية من هناك، ثم تخرج منها وحصل على وظيفة بشركة أبل، ثم بعد سنة فيها انتقل إلى شركة ناشئة تعمل في تصميم الدوائر الإلكترونية، حيث راودته فكرة إنشاء شركته الخاصة في وادي السيليكون الأمريكي الشهير، وادي الأحلام التي تتحقق.

مع شريكه جاك سميث، بدأ البحث عن تمويل فكرتهما التي تعتمد على إنشاء قواعد بيانات على شبكة انترنت، لكن في ذلك الوقت كانت شبكة انترنت لا تزال في مراحل نموها الأولى، ولنا لم يتحمس كثيرون لفكرتهما، لكنهما لم ييأسا، و فكرا فيما يحتاجه مستخدمو انترنت فعلاً، ونشأت الفكرة وتخمرت جراء احتياج الاثنين لإرسال رسائل بريدية لبعضهما البعض من خلال انترنت دون الدخول في تفاصيل كثيرة أو استعمال حسابات بريد الشركة والتي كانت تخضع للرقابة والمساءلة.

تعتمد مشاريع انترنت الناجحة على تقديم خدمات مجانية للجميع، ولما لم يفكر أحد من قبلهما في تقديم خدمة البريد الإلكتروني المجاني، لذا أسرع صابر باتيا و جاك سميث بالبحث عن تمويل فكرتهما الجديدة، وبعد ثلاث ساعات من النقاش اقتنع مسئولو شركة درابر فيشر وجيرفستون بالفكرة و قرروا المساهمة بمبلغ 300 ألف دولار مع الثنائي الحالم اللذان انطلقا يصلون الليل بالنهار في عمل دائم من أجل إطلاق الموقع الجديد هوت ميل.

كان التدشين في يوم الرابع من يوليو من عام 1996 والذي وافق عيد الاستقلال الأمريكي ليكون بمثابة يوم تحرير مستخدمي الانترنت من صعوبات تبادل رسائل البريد الإلكتروني، وتقديم خدمة مجانية لا تحتاج لأجهزة مخصصة أو إعدادات خاصة أو أي شيء، فقط السهولة المطلقة بعينها. سرعان ما انتشر الخبر كالنار في الهشيم، وانهاال المشتركون على الموقع للاشتراك فيه، وحاز بريد هوت ميل المجاني على جوائز تقديرية من العديد من المجلات و المواقع و الخبراء، حتى وصل عدد المشتركين إلى أكثر من عشرة ملايين مشترك من 230 دولة، يشاهدون 40 مليون إعلان يومياً.

لم تنتظر شركة مايكروسوفت أكثر من سنة حتى أعلنت رغبتها في الاستثمار في هوت ميل، ثم لم تلبث أن اشترته بمبلغ 400 مليون دولار أمريكي في أكتوبر من عام 1997 وكان نصيب الثنائي الحالم كبيراً، مع عقد عمل لصابر باتيا لمدة سنة في شركة مايكروسوفت من أجل تطوير و تحسين طريقة عمل هوت ميل.

تطور بريد هوت ميل وكبر حتى أصبح يخدم أكثر من 40 مليون مستخدم في وقت ما، ومحققاً سوقاً دعائياً كبيراً جداً لمايكروسوفت - التي عمدت لفترة قصيرة في توفير خدمة هوت ميل مجاناً دون إعلانات لمستخدمي نظام التشغيل - ويندوز - الخاص بالشركة، محققاً لها مزايا تنافسية أكثر من غيرها، على أن هنا الأمر لم يدم، إذ واجهت مايكروسوفت منافسة شرسة من ياهو ومن جوجل الآن، ولا زالت تواجه غرماً منافسين.

ليس كل ربح نجاح -
ولا كل خسارة فشل.

بعدما عمل صابر لدى مايكروسوفت لمدة عام، تركها وأسس موقعاً أسماه أرزو، لكنه اضطر لإغلاقه مع الانهيار العالمي لشركات انترنت في عام 2000، لكنه عاد في عام 2006 لإعادة إطلاق الموقع، وجعله مخصصاً للسفريات، وهو أنشأ كذلك موقعاً للتدوين من أي مكان، ويعمل حالياً على إنشاء مدينة في موطنه الهند، تحاكي آليات عمل وادي السيليكون الشهير في أمريكا.

7- مسيرة نجاح مايكل دل



وعمره 13 سنة اتخذ بيت والديه مقراً لنشاط تبادل طوابع البريد عبر الطلبات البريدية، فحقق في بضعة شهور أرباحاً قاربت الألفي دولار، وعمره 15 سنة قام بتفكيك حاسوبه الجديد: أبل2، إلى قطع صغيرة متناثرة، ثم أعاد تجميعه مرة أخرى ليرى إن كان يستطيع ذلك، وعمره 16 سنة احترف بيع اشتراكات الجرائد اعتماداً على قوائم المتزوجين حديثاً فحصد ربحاً فاق 18 ألف دولار فتمكن من شراء سيارته الأولى: بي ام دبليو وعمره 18 سنة.

في عام 1984، التحق مايكل سول دل (مواليد 23 فبراير 1965) بجامعة تكساس في مدينة أوستن الأمريكية، وانطلاقاً من غرفة نومه في مهجع طلاب جامعتة، أسس شركته بي سيز المحدودة لبيع أجهزة الكمبيوتر المتوافقة مع أجهزة أي بي إم والتي كان يقوم بتجميعها بنفسه. الشركة الوليدة جاء رأس مالها في صورة قرض اقترضه المقاول الصغير من جديه، وكان باكورة زبائنه زملاء الدراسة في الجامعة الحالمون بامتلاك حاسوب يناسب ميزانياتهم المحدودة.

المبدأ الذي اعتمد عليه مايكل دل في بدايته أنه إذا باع مباشرة للجمهور فسيعرف متطلباتهم ويكون قادراً على تلبيتها بشكل سريع، وهو بذلك يكون قد أخرج الوسطاء من المعادلة، فهو وجد أن مكونات الحواسيب الجاهزة بالإمكان الحصول عليها وحدها بأسعار أقل، ومن ثم يقوم هو بتجميعها وحصد فرق السعر لنفسه. بنى مايكل فلسفته على تقديم خدمة أفضل للجمهور بسعر أقل. عند بدايته، وضع مايكل دل لنفسه هدفاً واضحاً: هزيمة شركة أي بي ام.

في عام 1985 تمكنت شركته من تقديم أول جهاز كمبيوتر شخصي من تصميمها سمته تيربو بي سي، والذي اعتمد على معالج إنتل 8088 وبسرعة 8 ميغا هرتز. ركزت دعايات هذا الجهاز الجديد في المجالات المهمة بالحواسيب على مبدأ البيع المباشر إلى الجمهور (دون وسطاء) وعلى إمكانية تجميع الأجهزة وفقاً لما يريده كل مستخدم، حسب مجموعة من الخيارات المتوفرة.

هذا العرض قدم للمستخدمين أسعار بيع أرخص من السوق، لكن مع مصداقية أكبر مما لو كان كل مستخدم قام بتجميع جهازه بنفسه. رغم أنها لم تكن الشركة الأولى في تطبيق هذه الفكرة التسويقية، لكن شركة بي سيز المحدودة كانت أول من نجح في تطبيقها.

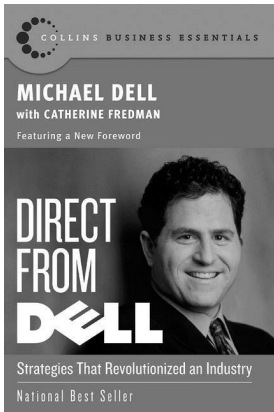
هذا النجاح دفع مايكل دِل لأن يترك دراسته ليركز على إدارة عمله الجديد بدوام كامل، إذ أن شركته حققت أرباحاً إجمالية فاقت 6 مليون دولار أمريكي في سنتها الأولى. في عام 1987 افتتح مايكل فرع شركته في العاصمة الإنجليزية لندن. في عام 1988 حول مايكل اسم شركته إلى "شركة حواسيب دِل".

في عام 1992 ضمت مجلة فورتشن الأمريكية شركة دِل إلى قائمتها لأكبر 500 شركة، وفي عام 1996 بدأت دِل بيع منتجاتها عبر موقع متجرها الإلكتروني على الشبكة البينية إنترنت، وفي عام 1999 تخطت شركة دِل منافستها كومباك في التصنيف لتصبح البائع الأكبر للحواسيب في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 2003 وافق مساهمو الشركة على تغيير اسمها إلى مؤسسة دِل (دِل إنكوربوريشن) لتسهيل دخول الشركة في مجال بيع منتجات أخرى غير الحواسيب.

في شهر مارس من عام 2004 بدأت دِل دخول عالم الوسائط المتعددة بتعاملها في الكاميرات الرقمية والحواسيب الكفية ومشغلات الموسيقى وأجهزة التلفزيون ذات الشاشات المسطحة وغيرها. شهد هذا الشهر أيضاً تنحي مايكل دِل عن منصبه كمدير لشركته واكتفى بعضوية مجلس الإدارة، مفسحاً الطريق لخليفته كيفين رولنز لتولي هذا المنصب ومتابعة المسيرة.

مايكل دِل ينتمي للطائفة اليهودية، وهو من كبار ممولي مواطنه الرئيس الأمريكي جورج بوش في كلتا حملتيه الانتخابيتين. في عام 2005 جاء ترتيب مايكل دِل رابع أغنى رجل في الولايات المتحدة الأمريكية، بثروة تقارب 18 مليار دولار، ما يجعل ترتيبه الثامن عشر كأغنى رجل في العالم.

لا زال مايكل يقطن أوستن الأمريكية في ولاية تكساس مع زوجته سوزان وأولاده الأربع، وأما شركته التي بدأها فعوائدها الإجمالية تفوق 40 مليار دولار سنوياً، وتوظف أكثر من 40 ألف موظف، ولها فروع في أكثر من 170 بلداً، وتبيع كل يوم منتجات بأكثر من 30 مليون دولار، وتبيع حاسوباً من إجمالي كل ثلاثة حواسيب مباعه في السوق الأمريكية، وقراية واحداً من كل خمسة مباعه في العالم، كل هذا في خلال 17 عاماً منذ تأسيسها.



ألف مايكل دِل كتاباً سماه: مباشرة من دِل: استراتيجيات أحدثت ثورة في الصناعة أو **Direct from Dell: Strategies That Revolutionized an Industry** وهو تناول فيه قصة نجاحه وفلسفة نشاطه التجاري الذي بدأه.

لم تمضي مسيرة الشركة دون عقبات وأزمات، ففي حقبة التسعينات اشتعلت النار في بعض حواسيب دِل النقاله بسبب أعطال فنية، وفي عام 2001 اضطرت الشركة لخفض العمالة لتتعافى من تراجع المبيعات، على أن أشهر زلة لسان لمايكل دِل حدثت في عام 1997 عندما سأله سائل في

ملتقى فني ضم آلاف الحضور، ما الذي كان ليفعله ليعالج جميع أزمات شركة أبل التي كانت تعاني من

مشاكل طاحنة كادت تضع نهاية لها وقتها، فأجاب مايكل قائلاً: "كنت لأغلق الشركة وأعيد المال إلى المساهمين!"

لم ينسى مدير شركة أبل، ستيف جوبز، هذه المقولة، إذ قال في رسالة بريدية في شهر يناير من عام 2006 إلى موظفي الشركة أن على مايكل دل أن يتلع كلماته ويسحبها، فيومها فاق السعر السوقي لشركة أبل ذلك لدل، ومبيعات أبل وأرباحها أكبر من تلك لدل. على أن مايكل دل يبقى صاحب الكلمة الأخيرة، فهو لا زال أغني من ستيف جوبز!

في الأول من فبراير 2007، وفي خير دراماتيكي، عاد مايكل دل إلى مقعد الرئاسة، ليقود شركته مرة أخرى، بعدما تتالت الإخفاقات والعثرات وتواتت تقارير الخسائر.

8- الطالب الذي أثبت خطأ أستاذه

اجتهد الطالب إيان ليوبولد (Ian Leopold) في جامعة هوبرت الأمريكية أثناء إعداده لمشروع تخرجه في باب اقتصاديات قطاع الأعمال الناشئة (1985-1986) وكان مشروعه يدور حول فكرة مفادها نشر دليل تسوق وتنزّه مكون من 44 صفحة موجه كلياً لطلاب الجامعات، على أن يتم توزيعه مجاناً على هؤلاء الطلاب، ويتم تحقيق الربح من خلال إعلانات المعلنين. لم يوافق الأستاذ الجامعي المشرف على بحث ليوبولد على ما جمح إليه فكر هذا الشاب الصغير، فجعله يرسب في مادته مانعاً له من التخرج.

كان ليوبولد مقتنعاً بأن شريحة الشباب العمرية من 18 إلى 24 سنة لا تلقى التركيز الكافي من قبل المعلنين، وهو رأى في مشروعه هنا سبيلاً لمعالجة هذا النقص في الاهتمام الإعلامي، وكان يهدف لأن يكون الدليل الطلابي الذي أراد إصداره مشتتلاً على معلومات موجهة بالأساس إلى طلاب الجامعات -خاصة أولئك القاطنين في المدن الجامعية (قد يكون هذا المبدأ غريباً علينا في بلادنا العربية، لكن من سافر للخارج يعرف جيداً المدن الجامعية ونُزل الطلاب).

عانى وقتها قاطنو تلك المدن الجامعية من عزلة داخلية عن العالم الخارجي، أضف إلى ذلك أن برامجهم الدراسية كانت تشغل معظم أوقاتهم بدرجة منعتهم حتى من متابعة الجرائد أو مشاهدة التلفزيون. كانت شريحة الطلاب هذه تخطو أولى خطواتها نحو الشراء والاعتماد على النفس، وهي شريحة مُستهلكة لا ولاء لها لمنتج بعينه، بل هي متفتحة لتجربة جميع المنتجات بدون أن تكون قد كونت آراء مسبقة، مثل هذه الشريحة غير الناضجة تسويقياً هي ما يحلم به أي مسئول تسويق في أي مكان.

فوق كل هذا، الشركة أو العلامة التجارية التي تنجح في كسب ولاء أي مُستهلك من هذه الشريحة، فهي تضمن مُستهلكاً لمنتجاتها لمدى الحياة، وهنا هو حلم أي مؤسسة تفهم جيداً ما هو التسويق الناجح. اعتمدت فكرة ليوبولد كذلك على الإعلان للطلاب في أماكن تجمعهم اليومية، مثل ألواح الإعلانات والنشرات الداخلية، والتي كانت تعرض مواعيد المباريات القادمة، ونتائج تلك الماضية.

جلس ليوبولد ليكتب خطة العمل لمشروعه واضعاً كل أفكاره وتوقعاته على الورق، وبعدها انتهى أطلق اسم كامبس كونسبتس (Campus Concepts) على هذه الشركة الافتراضية التي كان يُعد خطتها للعمل، ثم سلمها لأستاذه الجامعي المشرف على مشروع تخرجه. كانت الفكرة جديدة وشجاعة وأكثر من رائعة، لكنها جعلت الفتى المتحمس يرسب في مشروعه! لقد رأى أستاذه أن هذه الفكرة لن تنجح في الحياة العملية. لم يستسلم ليوبولد، فهو كان مضطراً للبقاء للنجاح في مادة الرسوب، وهو كان بلا عمل صيفي، ورغم أن جل ما كان يملكه من رأس مال لا يتعدى 48 دولار، لكنه قرر تنفيذ مشروعه، وعزم على أن يثبت خطأ أستاذه.

لم يندم أحد على بذله لكل ما
في وسعه. وما أكثر من ندموا
على كسلهم.

اختار ليوبولد فريق مبيعاته من زملائه في الجامعة، بنظام العمولة من الأرباح، مقابل أن يبيعوا إعلانات شركات لديها منتجات موجهة لطلاب الجامعات، وتنتشر هذه الإعلانات داخل دليل معلومات للطلاب (سماه دليل الطلاب غير الرسمي) يحتوي على كل ما يمكن أن يهتم لشأنه طلاب الجامعة، مثل ملاحظات للباحثين عن وظائف وماذا يجب عليهم الحذر منه في مقابلات التوظيف، ونصائح لمن يريد الدراسة في الخارج، وكيف يتعامل الطلاب مع الضغط العصبي عموماً، بسبب مقابلة أو اختبار.

جاء توزيع أول دليل مطبوع في يناير من عام 1986 في جنات جامعة هوبارت، وما كان من الطلاب إلا أن أحبوه، ولم يكن من المعلنين إلا أن أحبوه بـ 2000 دولار، نصفها كان ربحاً صافياً. عين ليوبولد من يتولى نشر الدليل وتوزيعه لينطلق هو لينداكر لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال MBA. بعد مرور عامين على هذه البداية، كان دليل الطلاب يحقق عوائد قدرها 75 ألف دولار، بعدما وسَّع مجال توزيعه ليلعب طلاب بقية الجامعات الأمريكية.

في عام 1990، كانت الفكرة التي حُكم عليها بالفضل مُسبقاً تُدر عوائد قدرها ربع مليون دولار أمريكي، فما كان من ليوبولد إلا أن ترك وظيفته لدى شركة تأمين شهيرة، التي أمضى فيها عامين من حياته، وقرر التفرغ لإدارة مشروعه الناشئ، انطلاقاً من مدينة بلتيمور الأمريكية في عام 1991.

توسع الدليل الطلابي في عام 1992 ليقدم خدماته التسويقية وليفور الرعاية الرسميين لاتحادات النشاطات الرياضية الطلابية الجامعية الأمريكية، وفي عام 1995 نظمت الشركة بطولة رياضية خاصة بها، كانت جوائزها هدايا قيمة مقدمة من الرعاية الرسميين. ابتداءً من عام 1996، دخل عملاقة الشركات في معترك الدعاية الموجهة لطلاب الجامعة، مثل Nike وبيبيسي وبعدهما مايكروسوفت.

في عام 1998 كان إجمالي عوائد الشركة 10 مليون دولار، وهي عملت بمثابة بوابة الوصول إلى ثلاثة ملايين طالب جامعي أمريكي، وتوسعت نشاطات الشركة لتشمل الدعاية والإعلان والنشر والتسويق، وانتقلت بالفكرة إلى خارج البلاد وسعت لضم العديد من الشركات الأخرى إليها حتى صارت عملاقاً تجارياً لا يستهان به أبداً.

9- الحرية للجميع، والنجاح لهارك سبنسر



في حقبة الستينات من القرن الماضي، فضلت والدة مارك سبنسر (أستاذة اللغة الفرنسية) الرحيل عن مصر وثورتها، مهاجرة إلى الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تزوجت بأمريكي (أستاذ مادة التربية) واستقرت هناك، ثم رُزقت بابنها مارك في 8 أبريل 1977. في رغبة قوية في الحفاظ على أواصر العلاقات الأسرية، أصر جد مارك على مجيء الأحفاد في إجازة الصيف إلى مصر لقضاء بعض الوقت هناك.

كان ماركو (كما أحب أن يناديه رفاقه) شديد الاختلاف، فقد كان خبير وعبقري نظام التشغيل لينكس يسير على قدمين وهو في المرحلة الثانوية،

وكان يرى أن شركة مايكروسوفت قاتلة للإبداع والتطوير. وضح اختلاف ماركو من كونه جاداً طوال الوقت، يأخذ كل كلمة على محمل الجد، وهو كان مستعداً للأخذ بيد الجميع إلى عالم لينكس.

حصل ماركو على منحة جامعية شاملة في ذات الجامعة التي يعمل فيها والداه، وتعمق في دراسة لينكس وتطويره. في هذه الأثناء كان ماركو يعاني من كثرة أصدقائه الذين يستعملون مختلف برامج الدردشة (ام اس ان، ياهو، أي سي كيو،...) للبقاء على اتصال مع بعضهم البعض. كيف يحل ماركو هذه المشكلة؟ انكب ماركو على تصميم برنامج Gaim الذي يسمح للمستخدم - من خلال نافذة واحدة- بالدخول على جميع خدمات برامج الدردشة في وقت واحد، دون الحاجة لتتنزل كل برنامج على حدة (بناء على مضايقات قانونية من شركة AOL تغير اسم البرنامج في الوقت الحالي).

مبادئ ماركو الثابتة تصر على مشاركة مصدر أي برنامج يصممه مع غيره من الناس، عملاً بنات الروح التي عليها قام نظام التشغيل لينكس، وهي سياسة أثبتت جدواها، إذ سرعان ما شاركه الكثيرون حول العالم في تطوير البرنامج، فنقلوه ليعمل على غالبية أنظمة التشغيل، واستمروا في تطويره ليواكب كل جديد في عالم برامج الدردشة في وقتنا الحالي. اليوم وصل عدد مستخدمي Gaim لقرابة اثنين مليون مستخدم.

لا أجزم - لكني أو من - بأن مشاكل رداءة خطوط الاتصال الهاتفية في مصر كان لها الفضل على ماركو، الذي كان مدمن إنترنت، ولنا تعين عليه خلال إجازته الصيفية المتكررة التعامل مع أجهزة المودم مباشرة لكي يقنعها بأن تبقى على اتصال برغم المستوي المزري لخطوط الهاتف في مصر في تلك الحقبة، هذه الخبرة أفادت ماركو حين قرر إنشاء شركته الخاصة لتقديم الدعم الفني لنظام لينكس، هنا بالإضافة إلى ولعه بهندسة تصميم الدوائر الإلكترونية -بالطبع!

أنشأ ماركو - أثناء دراسته الجامعية - شركته الجديدة لتقديم الدعم الفني لمستخدمي نظام لينكس، لكن واجهته مشكلة بسيطة، فهو بدأ شركته برأس مال قدره 4 آلاف دولار، وبالتالي فهو لا يستطيع شراء سنترال تليفونات داخلي لتلقي اتصالات العملاء الهاتفية وتولي أخذ الرسائل الصوتية (كان النظام الذي يريده ماركو يكلف 10 آلاف دولار).

انكب ماركو على برمجة الحل الأمثل لمشكلته: برنامج من تأليفه سماه النجمة Asterisk والذي يعمل على نظام لينكس ويحتاج لبطاقة مودم وخط اتصال هاتفي واتصال بشبكة إنترنت. ما هي أيام حتى انتهى من النسخة الأولى من البرنامج، الذي طرحه بالمجان على إنترنت مع توفير مصدره في عام 1999. لم يكن ماركو وقتها مركزاً جل اهتمامه على النجمة، ليس بعد.

مع انتهاء فورة إنترنت وإفلاس الكثير من شركاتها، قل الطلب على خدمات ماركو لدعم لينكس، الذي اضطر في ربيع 2001 إلى تحويل جل اهتمامه من تقديم الدعم الفني إلى خدمات الاتصالات عبر إنترنت. في نهاية 2001 كانت شركة ماركو تبيع عتاد اتصالات متوافق مع برنامج النجمة، وما هي إلا بضعة شهور حتى بدأ العملاء يضحون المجال لعملاق جديد بينهم. بدأت شركة إنتل في بيع بطاقات اتصال متوافقة مع برنامج النجمة، وأما آي بي ام ذات العلاقات القوية مع شركة سيسكو - عملاقة إنتاج أجهزة الاتصالات، فحافظت على علاقة قوية وطيبة مع ماركو، فهي عرفت أن المستقبل له.

انتهى المآل ببرنامج النجمة بأن تم تحميله أكثر من مليون مرة في وقت قصير، وبدأت الكثير من الشركات حول العالم في الاعتماد عليه. توفير شيفرة مصدر البرنامج جعل 350 مبرمج من حول العالم يضيفون للنجمة أكثر من 100 بريق (وظيفة). في عام 2005 أعلنت سيسكو عن نتائج دراسة أجرتها على أكبر 100 شركة استخدمت النجمة عوضاً عن منتجاتها، وهي وجدت أن الثبات والإنتاجية الغزيرة والدعم الفني القوي والتطوير المستمر والخدمة الممتازة هي أهم أسباب انتقال العملاء، وليس فقط انخفاض التكلفة.

يتيح برنامج النجمة اليوم لمن يستخدمه توفير قرابة 80% من تكلفة شراء عتاد الاتصالات الهاتفية في أي شركة، وهو يوفر خدمة الاتصال الهاتفي عبر إنترنت، ويمكن توصيله بأي سنترال تليفوني في أي شركة، وهو برنامج شديد المرونة قابل للتخصيص ليتوافق مع أي متطلبات للعملاء. تستخدم شركة الكهرباء الجنوبية الأمريكية برنامج النجمة في الرد على الاتصالات الهاتفية وتحويلها إلى رسائل نصية يتم إرسالها إلى أصحابها عبر الهواتف النقالة.

النجاح هو المضي من فشل إلى
فشل دون أن يفك ذلك في عضدك
-تشرشل.

توظف شركة ديجيم Digium التي أسسها ماركو في عام 1999 أكثر من 50 موظف وتدر أكثر من 10 ملايين دولار سنوياً مقابل مبيعات عتاد اتصالات يوفر المزيد من الخدمات عبر برنامج النجمة، ومقابل خدمات الدعم الفني وخدمات

أثناء دراسته الجامعية عمل ماركو بدوام جزئي في شركة متخصصة في تصميم وبيع أجهزة الاتصالات الداخلية (سنترالات) لمدة سنتين. بعدما صمم برنامجة النجمة باع سبُع شركته إلى ذات الشركة مقابل نصف مليون دولار. من يسير في جنبات شركة ماركو يجدها منشأة في مكان إيجاره قليل السعر، تحتوي على أجهزة كثيرة وقد شقت بطونها وتناثرت أحشائها على مكاتب الموظفين الذين يحبون اختبار كل ما هو جديد، لكي يأتوا بالجديد.

10- السجن ليس النهاية

نظر السجين كلايد بيزلي إلى شاشة تليفزيون السجن التي كانت تعرض تصفيات مباراة جولف، والتي توقفت بسبب المطر المتساقط، وجال في خاطره تساؤل، كيف يمكن لممارسي رياضة الجولف التمتع برياضتهم المفضلة رغم زخات المطر. تلك كانت لحظة ميلاد وبداية اختراع لعبة جولف الطاولة، أو سمها تزاوج لعبة الجولف مع لعبة البلياردو.

لعبة جولف الطاولة تعتمد على طاولة مماثلة لتلك التي تمارس عليها لعبة البلياردو، تتراوح مقاساتها وتختلف أسعارها بداية من 150 دولار وحتى 700 دولار. كان عمر كلايد يناهز 35 عاماً حينما خطرت له فكرته تلك في عام 1999. عكف كلايد، بعد أن خطرت له فكرته، على وضع تصميماته وتخيالاته للعبة الجديدة على الورق، وعندما خرج من السجن بعدما أنهى عقوبته لمدة ثلاث سنوات، اتجه إلى محل لبيع الأدوات والمعدات ليشتري ما يلزمه لتحقيق فكرته - وهو ما كلفه قرابة 200 دولار- ثم قضى ليلته عاكفاً على صنع النموذج الأولي.

بعدما دعا بعض أولاد الحي الذي يقطنه لتجربة اختراعه، وبعد رؤيته لإعجابهم باللعبة الجديدة، انطلق كلايد إلى النوادي الرياضية ومحلات الترفيه والتسليه عارضاً على أصحابها فكرته الجديدة، لكن الأفكار الجديدة تحتاج لمجهود كبير حتى يقبلها الناس. على أن كلايد لم ييأس، وذلك ما دعا صاحب محل رفض فكرته لأن يقترح على كلايد تجربة النهاب إلى معرض لعبة البلياردو الموسمي الأمريكي في مدينة لاس فيجاس، وهنا ما فعله كلايد في يوليو 2003.

تبسم القدر لصاحبنا، إذ نالت فكرته إعجاب شركة تصنيع طاولات البلياردو، والتي لا زال كلايد يتعامل معها لليوم، وبدأ الناس يقبلون على لعبته بعدما أذاعت أكثر من محطة تليفزيونية تقارير عن اللعبة الجديدة، وبدأت العجلة تدور وبدأ الطلب على اللعبة الجديدة في التزايد، ويتوقع كلايد أن يحقق مبيعات تتجاوز 5 ملايين دولار بناءً على مبيعات عام 2005، خاصة بعدما أضاف الكثير من الاختيارات المتنوعة والتي تسمح للجميع بتجربة اللعبة الجديدة دون تكاليف كثيرة.

ليست هذه نهاية طموح كلايد، الذي يلقي حالياً محاضرات تشجيعية، يحكي فيها قصته، من شاب خالف القانون فنال عقاباً مدته 11 سنة، لكنه لم ييأس وتعلم درسه وخرج ليصبح رجل أعمال ناجح.

11- حواسيب غرباء الفضاء

جلس أليكس أجيلاً وحيداً يراجع نفسه ويفكر فيما فعله في الشهور القليلة الماضية، فهو أنفق كل مدخراته، واستقال من وظيفته التقليدية، وشارك صديق عمره في إنشاء شركة كمبيوتر جديدة.

لقد كانت الشكوك تراوده، خاصة بعد أن سخرت جميع البنوك منهما حين عرضا عليهما فكرة بيع حواسيب غالية الثمن موجهة في الأساس لمحبي ألعاب الكمبيوتر، في وقت كانت أغلبية الشركات تتصارع فيه على تخفيض تكاليف وأسعار بيع الحواسيب من أجل تأمين المزيد من العملاء والمبيعات. أضف إلى ذلك أن الشركة الناشئة اختارت اسمها من عالم قصص وأفلام الخيال العلمي وحكاوي غرباء الفضاء.

أمّن أليكس وصديق طفولته نيلسون جونزالز مبلغ 10 آلاف دولار كرأس مال لشركتهما الوليدة: أليانوير Alienware (أو ما يمكن أن نسميه مجازاً منتجات غرباء الفضاء)، وهما جلسا بين حوائط طُليت باللون الأسود تماشياً مع الجو العام الذي ترتب على اختيار مثل هذا الاسم للشركة التي قبعت في جراج سيارات، وها هي الهواتف تقبع صامتة لا ترن ولا تعلن عن أي اتصالات هاتفية. لقد كان أليكس يتساءل: ما هنا الذي أقدمت عليه؟

نشأ نيلسون وترعرع مع صديق طفولته أليكس على عشق ألعاب الكمبيوتر والافتتان بها، وكان لزاماً عليهما ترقية اللوحات الأم والمعالجات والناكرات لأجهزتهما مقابل التمتع بلعب أحدث الألعاب، خاصة وأن ألعاب محاكاة الطيران التي يهواها نيلسون لم تكن لتقنع بحاسوب عادي.

في عام 1996، أيقن نيلسون قرب بزوغ نجم سوق كبيرة واعدة للحواسيب الفتية القوية، هنا اليقين دفعه لتأسيس شركته Alienware والتي سماها كذلك بسبب حبه الشديد لمسلسلات اكس فيلز وغيرها، والتي كانت تلك الحقبة من التسعينيات تشهد أوج شهرتها والإقبال الشديد على مشاهدتها حول العالم. بعدها بوقت قليل انضم صديقه أليكس إلى الشركة الجديدة كشريك.

في البداية عمل نيلسون كخبير دعم فني، بينما عمل أليكس كفني طبي، وهما كانا بلا خبرة يُعول عليها في مجال إدارة الأعمال، وهما لم يكونا يتوقعا في أكثر أحلامهما ضراوة أنهما سيستمران لفترة طويلة في هنا الشركة الوليدة. لقد كانا يتمنيان تجميع 50 أو 100 حاسوب في الشهر كي لا يضطرا للعمل تحت إمرة أي مدير أو شخص. ذلك الوقت لم يكن عشاق الألعاب خبراء في تجميع الحواسيب السريعة كما اليوم.

رغم كل هذا الزخم المتوفر من عروض الأسعار التنافسية، لكن بقيت هناك شريحة من المستهلكين لا تبحث عن الأرخص وحسب، بل هي مستعدة لإنفاق مبالغ تفوق العشرة آلاف من الدراهم والريالات مقابل الحصول على حاسوب يحقق لها كل ما تطلبه من قوة وسرعة ورفاهية وشيء تتباهى به أمام الغير.

هناك إنسان ما. يجلس تحت شجرة ما. لأن أحدهم غرس هذه الشجرة منذ وقت طويل. وارن بافيت.

مثل هذه الشريحة وجدت في حواسيب أليانور ما يليبي رغباتها، ولنا لا تعجب إن ذهبت لمؤتمر صحافي يعقده جيم موريسون مؤسس ومدير شركة آيميت للهواتف النقالة ووجدت الحاسوب النقال الذي يعرض من عليه العرض التقديمي يحمل علامة شركة أليانور.

نموذج العمل لدى الشركة اعتمد على مبدأ أساس: في البدء ستدفع أنت، ثم نجمع نحن لك! وأما وسيلة البيع التي اعتمدوا عليها في البداية فكانت عبر موقع الشركة على شبكة إنترنت. هنا الأمر ساعد على خفض النفقات التشغيلية وعدم الحاجة لإدارة مخزون أو تجميد أموال في بضاعة تنتظر من يشتريها.

حصل أول حاسوب صممه على مراجعة تقنية صوتت لصالحه في مجلة Maximum PC بينما مراجعة الحاسوب الثاني كانت أكثر تشجيعاً من مجلة PC Gamer الشهيرة، والتي بلغت شدة إعجاب رئيس المحررين به مبلغاً دفعه لرفض إعادة الحاسوب إلى الشركة بعد أن أخذه إلى منزله من فرط إعجابه، وهو كتب كل ذلك في تقريره المنشور بالمجلة - ما كان له طيب الأثر في نفوس المشترين!

الفاشلون يفكرون فقط في عواقب الفشل. الناجحون في مزايا النجاح.

من وقت لآخر، عمد الثنائي لتقليد مبادئ شركة دل في البيع المباشر من أجل القضاء على الوسطاء وبالتالي خفض التكاليف وزيادة الأرباح. من ناحية أخرى، لمع نجم الحواسيب العاتية التي حملت علامة الشركة بين جمهور عاشقي ألعاب الكمبيوتر، خاصة بسبب التصميمات الخارجية الرائعة القادرة على جذب صيحات الإعجاب وتأوهات الوله. مبيعات أول سنة في عمر الشركة كانت 80 ألف دولار، وهي بالكاد غطت جميع المصاريف والنفقات.

اليوم، أرخص حاسوب نقال تنتجه أليانور (جميع الحواسيب يتم تجميعها باليد) يبلغ سعره 2500 درهم/ريال، على أن أعلى طراز - والذي يتم تبريد مكوناته بالسوائل لا المراوح ويعتمد على معالجات ذات قلوب ثنائية وأقراص صلبة توفر مساحات تخزين تيرا بايتية وتعتمد على بطاقات عرض أسرع من الريح المرسله- يفرق سعره مبلغ 37 ألف درهم/ريال. وأما سعر الحاسوب العادي فيتراوح ما بين 10 إلى 15 ألف درهم/ريال.

الزيادة في السعر - مقارنة بالحواسيب المثلثة - ترجع لاستخدام مكونات لا تفضل وتوفر دعم فني متقدم لا يستطيع غيرهم توفيره. كل حاسوب يخرج من شركة أليونيور يمر على الأقل على 200 اختبار فني، بعدها يحصل المشتري على نتائج هذه الاختبارات، مع نتائج اختبارات سرعة كل مكون من مكونات هذا الحاسوب.

ساهم القدر الكبير من الدعم الفني الذي تقدمه أليونيور في زيادة شهرة الشركة ونجاحها، والأهم، ساهم في الحفاظ على ولاء المستخدمين، فلم يتعاملوا مع شركات أخرى بعدما تعرفوا على أليونيور، كما يخبرنا مايكل جارتنبيرج، نائب رئيس شركة جوبيتر للأبحاث.

بعد مرور عشر سنوات على هذه البداية الصعبة، أصبحت شركة أليونيور، المتخذة من مدينة ميامي الأمريكية مركزاً لها، من أشهر الشركات في عالم ألعاب الكمبيوتر، محققة مبيعات سنوية قدرها 172 مليون دولار في عام 2005 ومتوقع لها تحقيق مبيعات سنوية قدرها 225 مليون في 2006 (خاصة بعد أن اشترتها شركة Dell في مارس 2006)، وأصبح نيلسون وأليكس من مشاهير الشخصيات في عالم عتاد ألعاب الكمبيوتر.

لقد نجح في أمر أعرضت عنه كبريات الشركات المصممة والمصنعة للحواسيب، وهاهي اليوم اتش بي ودل تنتجان حواسيب مخصصة فقط لألعاب الكمبيوتر، وهاهي إنتل تنتج طراز من معالج بنتيوم4 مخصص بالأكثر للألعاب.

بدأت الشركة مؤخراً في تصميم أجهزة تناسب شركات الأعمال والاستوديوهات والفيديو الرقمي، والتي تبدو في مظهر تقليدي أكثر منه فضائي، لكن 80% من مبيعات الشركة لا زالت تأتي من عشاق ألعاب الكمبيوتر. أكثر ما يميز أليونيور عن غيرها من خضم الشركات المنافسة هو بلا شك الإبداع الفريد! لقد كانت الحواسيب النقالية مشهورة بعجزها عن تحمل ألعاب الكمبيوتر كثيرة المطالب، حتى غيرت أليونيور ذلك، باقتنار.

12- قاهر مرض السرطان



حين رقد أنتوني برجيز على أرضية الفصل الذي كان يعمل فيه كأستاذ ومدرس، علم وقتها أنه نال كفايته من هذه الوظيفة، وأن الوقت حان ليتابع ما يهوى عمله، وهو ظن وقتها أن هنا كان سبب استمراره في الرقود على الأرض، بعدما أصابه الدوار وسقط.

جاء تشخيص الأطباء الأولي أن أنتوني مصاب بورم سرطاني خبيث، سيترك له على الأرجح قرابة العام أو أقل ليعيش. لم يكن أنتوني في بحبوحة من العيش، رغم أنه زار قسماً كبيراً من البلاد والأقطار، ولنا جلس يفكر فيما سيتركه لزوجته - زميلة دراسته الجامعية - من بعده، ولم يجد أنتوني حلاً أفضل من أن يجلس ويكتب ويؤلف رواياته وقصصه، لتستفيد هي من عوائد بيعها بعد موته. لقد كان عمره وقتها 43 سنة.

حين انتهت مهلة العام، كان أنتوني قد انتهى من تأليف خمس قصص ونصف، لكنه لم يمت كما كان متوقفاً له! لقد ضمور الورم السرطاني حتى اختفى، وتحول الأطباء للظن بأن تشخيص أنتوني ربما كان خاطئاً. حتى وفاة أنتوني عن 76 عاماً، كان قد ألف أكثر من 70 قصة ورواية، ونشر ما لا يحصى من المقالات الصحفية، بأسماء كثيرة مختلفة ومستعارة، ما جعل حصرها صعباً. كان ميلاد أنتوني في عام 1917 في مدينة مانشستر الإنجليزية، لأب يعمل كصراف، وكعازف بيانو في أوقات الفراغ. توفيت أم أنتوني بعد ميلاده بعامين في وباء الأنفلونزا في عام 1919، فتولت قريبة له تربيته، ومن بعدها زوجة أبيه.

اشتهر أنتوني بأنه علم نفسه بنفسه، و تمحورت دراسته الجامعية التي بدأها عام 1937 في جامعة فيكتوريا بمانشستر حول اللغة الإنجليزية وآدابها، وهو تخرج منها في عام 1940. الطريف والعجيب في الأمر، أن رغبة أنتوني الأولى كانت دراسة الموسيقى، لكن درجاته المتدنية في الرياضيات (والتي كانت مطلباً أساسياً وقتها) حالت بينه وبين دراسة ما يحب! مثله مثل أقرانه، كان لأنتوني مشاركته في الحرب العالمية الثانية، حيث عمل ضمن فرق الإسعاف، ما جعله ينتقل بين بلاد كثيرة، لكن الطريف أن حبه للموسيقى لم يخبو، إذ أدار خارج أوقات القتال فرقة موسيقية عسكرية للرقص - ضمن النشاط الحربي للترفيه عن الجنود.

تعرف أنتوني في الجامعة على زميلة دراسة شابة تدعي لين، صارت زوجاً له في عام 1942، لكن هذا الزواج لم يقدر له أن يثمر أطفالاً. الغريب أن زوجته كانت ذات طباع صعبة، رغم ذلك فإنها دفعته وشجعتة ليصبح كاتباً، كما تركت عليه أثراً جعلته لاذع النقد ساخر اللهجة في بعض الأحيان. ماتت لين في عام 1968 بمرض التليف الكبدي بسبب شرب الكحوليات.

بعدها وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها، تحول أنتوني للعمل في جامعة برمنجهام ووزارة التعليم، وكان يؤلف القصص بشكل متقطع، حتى انتهى من أول رواية له في عام 1949، سماها رؤية المعركة، والتي لم ينشرها إلا في عام 1965. في عام 1954 سافر أنتوني للتدريس في مالاي وبروناي، ما سمح له بتأليف ثلاث قصص بنهاية عام 1959، العام الذي أصابه فيه الدوار المفاجئ وجعله طريح أرضية الفصل الدراسي في جامعة سلطان عمر علي سيف الدين في بروناي، ومن بعده وهب أنتوني حياته بالكامل للتأليف والكتابة.

هنا التحول جعله يرتحل ما بين مالطة، إيطاليا، أمريكا، موناكو، وبحلول عام 1964 كان قد انتهى من تأليف 11 قصة. تميزت كتابات أنتوني بالسخرية وتحولت بعض قصصه إلى أفلام سينمائية، ولعل أشهر قصصه البرقالة المنتظمة (A Clockwork Orange) التي تدور في المستقبل في العاصمة لندن. اشتهر أنتوني بأنه يكتب كل يوم ما لا يقل عن ألف كلمة، وهو تمكن في النهاية من تأليف قطع موسيقية سيمفونية وأوبرالية وللباليه، وتزوج مرة أخرى بعد وفاة زوجته، حتى حانت منيته في عام 1993، عن عمر ناهز 76 عاماً، بمرض سرطان الرئة (ذلك أنه كان شره التدخين!)، وهو ألف رواية بأكملها على سرير مرض الموت.

للأسف، شاب قصة حياة أنتوني العديد والعديد من العادات الرذيلة والسيئة والتي أعلنها على الملأ، لكن هنا لا ينال من غاية سرد هذه القصة، وعلينا أن نأخذ الطيب، ونترك ما عداه.

الدروس المستفادة:

- كم من المصائب حلت بنا، وكم منا حول هذه المصائب إلى تحولات جذرية مفيدة في حياته.
- كتابة ألف كلمة على الأقل في كل يوم كانت العادة التي استمر عليها أنتوني، ولعلها فكرة جيدة لمن يريد أن يصبح كاتباً في المستقبل.
- لم يفت شيء في عضد أنتوني، إذ رغم نجاحه الأدبي، ألف قرابة ثلاث سيمفونيات موسيقية، ليشبع هوايته الأولى، التي لم يستطع دراستها والتعمق فيها.

13- هل تريد أن تصبح هليونير؟

نظر الطفل الأمريكي الأسمر ذو الست سنوات، إلى أمه المريضة وهي تعمل بكدي تعيل أسرتها الفقيرة، وهو كان يخلد للنوم وهي مستيقظة، ويقوم من نومه ليحدها مستيقظة تعمل، فقرر مساعدتها بأي سبيل كان، فتفتق ذهنه عن فكرة بيع عبوات كريم البشرة مقابل دولار ونصف، وكان زبائنه من الجيران وسكان المنازل المحيطة. في سن السابعة طبع لنفسه بطاقة (كارت) كتب عليها مدير القرن الواحد والعشرين. في سن الرابعة عشرة كان قد حقق مليونه الأول.

بعدها هاجمت نوبة قلبية ثانية والدته بسبب الضغوط العصبية، قرر "فراح جراي" أن عليه فعل أي شيء لمساعدة أمه التي تولت وحدها تربية وتنشئة ثلاثة أولاد صغار. رغم أن المنطقة الفقيرة التي يقطنونها كانت تعج ببيئتي المخدرات والهوى، إلا إن جراي أدرك أن هذه ليست الطريقة الصحيحة، ولم تزد كل الصعاب من حوله سوى إصراراً على النجاح، إن أمه بحاجة لذلك، وهو أراد تحسين مستوى العائلة كلها.

استقر في ذهن جراي أن الشراء بالجملة والبيع بالقطاعي هو السبيل للحصول على الربح المشروع، لقد فهم هذه الجزئية من طريقة عمل بيع المخدرات في حيه الفقير العنيف. تعرف جراي على معلمه ومرشده روي تاور، والذي علمه أنه ما دام نجح في تحقيق ربح قدره 50 دولار اليوم، فإن بإمكانه ربح المليون في يوم ما. لم تعرف طفولته أي دعة أو نعومة، فعندما أراد شراء حقيبة أعمال له، لم تتمكن أمه من توفيرها له، فما كان منه إلا أن حوّل صندوق طعامه المدرسي ليصبح حقيبة أعماله الخاصة، كما استعار رابطة العنق الرخيصة الخاصة بأخيه ليلبسها كرجل أعمال محترف. لم يكن جراي ولدًا صغيراً، بل كان رجلاً صغيراً كما تروي عنه جدته.

ذات يوم طُلب منه إلقاء خطبة، فبدأ بالتردد على أفراد عائلته، الذين استمعوا له كما لو كان أستاذاً جامعياً أو عالماً ضليعاً. في سن الثامنة أسس جراي منتدى أعمال لأبناء الحي الشرقي الفقير في مدينة شيكاغو، عمد من خلاله للحصول على تبرعات عينية ونقدية؛ عينية في صورة حضور الناجحين لرواية قصص نجاحهم لأولاد الحي، ونقدية في صورة تبرعات استثمارها الفتى الأسمر بما ينفع أولاد الحي.

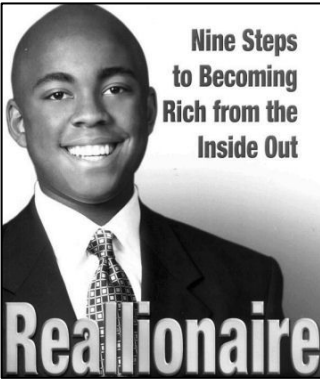
حصل جراي على 15 ألف دولار تبرعات لهذا المنتدى، عبر استخدامه لأسلوبه المبتكر: أرشدني إلى خمسة يمكن لهم أن يوافقوا! تعرض جراي لمرات رفض لا حصر لها، لكنه لم ييأس أو يخنع، بل تقبل الرفض بروح عالية، وهو كان يطلب من رافضيه أن يرشده إلى خمسة أشخاص يمكن لهم أن يشتروا منه ما يبيعه.

استثمر جراي نقود التبرعات التي جمعها في مشاريع بيع المشروبات الغازية والحلوى، لكنه لم يتمكن من الحصاد، إذ أن حالة أمه الصحية ساءت، ولنا تعين على الأسرة الانتقال لبلدة أخرى حيث حصل أخوه الأكبر على وظيفة أفضل، فأنتهى به المطاف في مدينة لاس فيجاس. لكن القدر ابتسم للفتى الأسمر الذي كاد يتم

العاشرة من عمره، إذ أتاحت له الفرصة للتحدث في برنامج إذاعي، بسبب خبرته وقدرته الطبيعية على الخطابة.

لأدائه التلقائي، تم تعيين جري كمنيع مساعد في ذات البرنامج الذي بلغ عدد المستمعين له قرابة 12 مليون مستمع. لم تمر سوى سنتين إلا وكان جري خطيباً مفوهاً يطلبه الناس والمجلات والصحف والتلفزيونات لإلقاء الخطب، مقابل خمسة إلى عشرة آلاف دولار في الخطبة الواحدة. أراد جري استثمار نقوده تلك في مشروع ناجح، وهو أراد ممارسة نشاط سبق له العمل فيه، وحيث أنه اعتاد مساعدة جدته في طهي الطعام، لنا قرر وعمره 13 سنة تأسيس شركة بيع أطعمة في مدينة نيويورك، لكنه قرأ قبلها كتاباً عن التسويق، ونفذ ما جاء فيه فضلاً بعد فضل.

قام جري بطهي الحساء، ثم قام بصبه في زجاجة، ثم أرسلها لمصنع تعليب، ثم انطلق يبحث عن خبراء في هذه الصناعة ليتعلم منهم. وسنه 14 سنة تحول الفتى الفقير إلى مليونير، بعدما حققت شركته مبيعات فاقت المليون ونصف دولار. لم يتوقف نشاط جري عند هذا الحد، إذ أنشأ شركة لبيع بطاقات الهاتف سابقة الدفع وأخرج برنامج حوارى إذاعي موجه للمراهقين واشترى مجلة وأنتج برنامجاً فكاهياً كوميدياً ناجحاً. لم يقف جري عند المكسب المادي، إذ أسس جمعية خيرية حملت اسمه موجهة لتقديم خدمات ومساعدات للشباب كي يبدعوا أعمالهم التجارية.



رغم عيوب المجتمع الأمريكي - التي لا يجب أن نركز عليها وحسب - لكن مواهب الفتى لم تدفن فيه، إذ تمت دعوته للانضمام إلى عضوية الغرف التجارية وانخرط في منحة دراسية مدتها ثلاث سنوات وعمره 15 سنة. لنجاحه الباهر تلقى دعوة لمقابلة الرئيس الأمريكي بوش وزيارة الكونغرس الأمريكي وأصبح عضواً فخرياً في العديد من المجالس التجارية.

وسنه 19 عاماً بدأ جري في تأليف كتابه: "هل تريد أن تصبح مليونير؟ إليك تسع خطوات تعينك على ذلك" أو ما أسماه هو "Reallionaire" وهذه الخطوات التسعة هي:

1. لا تخش الرفض، فالغزاة الجريحة تقفز مسافات أطول.
2. تفهم القوة خلف الاسم.
3. اجمع فريقاً من المعلمين والمرشدين الناجحين حولك.
4. استغل كل وأي فرصة.
5. امض مع التيار... لكن اعرف إلى أين تريد الذهاب.
6. كن مستعداً نفسياً لتقبل الفشل والوقوف بعد الوقوع.
7. خصص وقتك لما تعرفه.
8. أعشق عميلك وزبونك.
9. لا تقلل أبداً من قوة شبكة المعارف والعلاقات.

أصبح هنا الكتاب من أفضل الكتب مبيعاً في أمريكا خلال صيف عام 2005، وخلال أسابيع قليلة من طرحه في الأسواق، وحصل على الثناء والمدح من مشاهير الشخصيات المحترمة في المجتمع الأمريكي، بدءاً بالرئيس الأمريكي بيل كلينتون، ومروراً بأخرين مثل بيبير سولتون ومارك فيكتور هانسن.

هل للقصة نهاية سعيدة؟ تعاني أخت جراي من مرض سرطان الدم (لوكيميا) وهي في حاجة ماسة لزرع نخاع عظام، ولم يحدث تطابق مع نخاع أفراد عائلتها، ورغم مرور العام تقريباً، لكن أخته لم تجد المتبرع المناسب حتى الآن، أنه أمر لا يستطيع دفتر شبكات جراي التكفل به. نشاط جراي التجاري الحالي هو العقارات، وهو حصل على دكتوراه فخرية تقديراً لتاريخه الحافل.

الدروس المستفادة:

- لم يسخر المجتمع من محاولات الطفل الصغير لاقتحام عالم التجارة بل ساعده، ولم يرفض رجال الأعمال المشاركة بخبراتهم وأوقاتهم وأموالهم مع أطفال الحي.
- تشجيع المجتمع الأمريكي الشديد للناجحين ولو كانوا صغاراً أو سوداً.
- النجاح المالي لا يعني التخلي عن مساعدة الغير.
- لم ييأس أبداً، ولم يتوقف عن التعلم من الغير.

14- النجاح يأتي بعد سنين

كانت ولادة جورج دي ميسترال في مدينة نيون السويسرية (تقع ما بين مدينتي جنيف ولوزان) في عام 1907. وعمره 12 عاماً، صمم جورج لعبة -على شكل طائرة- قام بتسجيل حقوق الملكية الفكرية لها، وهو تخرج كمهندس كهربائي من أفضل كليات التقنية في أوروبا كلها. كانت هواية جورج في أوقات فراغه تسلق أعالي الجبال مع كلبه، وذات يوم في بدايات عام 1940، لاحظ جورج كيف علقت البنور بحنائه وبنطاله، وكذلك بفراء كلبه.

لم يكن جورج من أولئك الذين يقفون عند حدود الشكوى، إذ وضع هذه الحبوب الملتصقة تحت عدسة المكبر البصري (ميكروسكوب) وعرضها للفحص كي يفهم سر هنا الالتصاق الشديد، ووجد أن سببه الأطراف المحدبة للبنور، والتي أصبقت بقوة على خيوط الصوف الدقيقة والملتفة فاشتبكت معها. خلف العدسات، هبط عليه الإلهام: هذه الألية في التشبيك القماشي لهي من القوة والسهولة بحيث تهدد عرش اختراع السوستة (Zipper). كعادة المشاريع الناجحة في بدايتها، قوبلت فكرة جورج بالرفض والسخرية والاستهزاء، لكنه صمد ورائها بالعمل والجهد المتصل لمدة ثمان سنوات، جرب فيها العديد من طرق تصنيع الخطاطيف والخيوط الملتوية من القماش.

كعادة بلده سويسرا، انخرط جورج في الخدمة العسكرية الإلزامية -على فترات متغايرة- من سن 20 وحتى 55 سنة، ما جعله ضابط مدفعية يربط على الحدود الفرنسية والنمساوية. اشتق جورج اسم فلكرو الذي اختاره لقماشه السحري من كلمتين فرنسيتين: فالور (بمعنى إستبرق/قطيفة) وكروشييه (خطاف/الطرف المعقوف)، ونجد اليوم أن هذه الكلمة تحولت لتصبح مقبولة في اللغة الإنجليزية مثل كلمة فاكس وغيرها. عبر التجربة والتعلم من الخطأ، توصل جورج إلى أن خياطة مادة نيلون مع تعريضها للأشعة تحت الحمراء يجعلها ذات أسنان معقوفة وحادة، وبذلك توصل لطريقة تصنيع قماش الخطاطيف.

كان هنا الاكتشاف مجرد بداية الطريق، إذ احتاج جورج لوضع 300 خطافاً في مساحة بوصة مربعة من القماش. في الوقت ذاته استعان جورج بصديق له يعمل نساجاً في مصنع أقمشة في مدينة ليون الفرنسية، حتى تمكن من إنتاج شريطي القماش - بعد مرور ثماني سنين من الاختبارات والتجارب المضنية. أخيراً في عام 1955 تمكن جورج من تسجيل اختراعه، بعدما أسس شركة فلكرو لتصنيع قماش فلكرو الجديد.

انحدر جورج من عائلة غنية، ولنا باع شركته في أوج نجاحها وحقوق اختراعه، ومضى يفكر ويبتكر ويخترع، لكن فلكرو كان الأشهر وسط قائمة اختراعاته. كرس جورج حياته بعدها لمساعدة أقرانه من المخترعين على تسجيل حقوق ملكية اختراعاتهم، ومن ثم تحويلها لمشاريع ناجحة.

اليوم، يقع المركز الرئيس لشركة فلكرو العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية. رغم أن النموذج الأولي اعتمد على مادة نيلون، لكن اليوم تُصنَع فلكرو من البلاستيك والصلب والفضة، وجرى استخدام الفكرة في عدد لا حصر له من التطبيقات أشهرها في رحلات برنامج الفضاء الأمريكي. أخيراً توفي مخترع فلكرو في عام 1990 في بلده سويسرا.

الدروس المستفادة:

- كم من المشاكل والمنغصات والعقبات واجهتكم؟ وكم منها حولتها لفكرة ناجحة مثل فلكرو؟
- هل تأخر نجاحكم؟ ما رأيكم في ثماني سنين من التجارب المستمرة؟

15- جمهورية القهوة

الخبرة هي ما تحصل عليه -
عندما لا تحصل على ما
كنت تريد.

جاء في الخبر أن سحر هاشمي كانت أول من تحدث في مؤتمر الجمعية الدولية للدعاية والإعلان المقام في دبي في شهر مارس 2006، فمن هي سحر هذه؟ وما أهميتها حتى تكون أول من يتحدث في هذا المؤتمر؟ سحر هاشمي إيرانية الأصل، من مواليد عام 1968، وهي رحلت عن إيران مع أهلها

في سنة 1980، عقب اندلاع الحرب العراقية الإيرانية، إلى إنجلترا. تعلمت في المدارس الإنجليزية واختارت المحاماة مهنة لها، ومضت حياتها رتيبة حتى توفي والدها فجأة في عام 1994 فقررت الاستقالة من عملها والسفر إلى الأرجنتين لتقضي 5 شهور في تعلم الأسبانية.

بعدها عادت سحر من حدادها إلى إنجلترا، بدأت رحلة البحث عن عمل، ومرت عليها فترة طويلة دون أن يصادفها التوفيق، حتى قررت في شهر نوفمبر من العام ذاته أخذ إجازة طويلة لزيارة أخيها (بوبي) في نيويورك، حيث كان يعمل استشاري استثمارات في أحد البنوك. وبينما هي جالسة في مقهى أمريكي تنتظر وصول قهوتها مع بعض الكعكات خالية الدسم، جال بخاظرها كم هي مشتاقة إلى هذه القهوة الأمريكية وتمتددها، وتساءلت لماذا لا تجد مثل هذه القهوة في إنجلترا حيث اعتادت أن تعيش وتعمل؟

عصفت الفكرة الجديدة برأس سحر، وأشركت أختها بوبي في الأمر، وهو كخبير يعرف الأفكار العبقرية من على بُعد، قرر مشاركتها وتمويل مرحلة الأبحاث الأولية حتى حلول وقت التنفيذ الفعلي.

عادت بعدها سحر إلى لندن لتقضي الساعات تلو الساعات وهي تنتقل من مكتبة لأخرى، تطالع كتب تشرح كيفية بدء المشاريع الجديدة، وجاءت عليها فترة مرت فيها على كل مقاهي لندن، في كل شارع وحذب وصوب، تدرسهم وتقارن بينهم حتى وصلت لنتيجة مضادها أن أهل العاصمة لندن لا يحصلون على قهوة عالية الجودة، وهنا ما برر شعورها اللائم بعدم قدرتها على العثور على فنجان قهوة طيب المناخ قوي التأثير خلال عملها في العاصمة الإنجليزية.

بينت دراستها كذلك أن الإنجليز باتوا يشربون كمية أقل من الشاي، في مقابل المزيد من القهوة، وعلت ذلك بسبب زيادة حجم الأسفار والأعمال مع الشركاء الأوروبيين وغيرهم ممن يعتمدون بشكل أكبر على القهوة. فكرة سحر الجديدة قابلها الرفض من 19 مؤسسة تمويلية رفضت الإيمان بجذوى مثل هذه الفكرة (الطائشة وقتها). تروي لنا سحر عن صعوبة مرحلة البدء هذه قائلة: "حين بدأنا لم يكن هناك هنا الكم من المعلومات والمساعدات المتوفرة اليوم، لقد بذلنا جهداً شاقاً كي نقتع أنفسنا وأصدقائنا وممولينا والموردين والمستهلكين والجميع بجذوى الفكرة، لقد كان الأمر بمثابة تسلق مرتفع حاد، بل لقد كان تحدياً كبيراً".

في النهاية وافقت وزارة التجارة والصناعة الإنجليزية على إقراض المشروع الجديد مبلغ 75 ألف جنيه إسترليني، وفي نوفمبر 1995 (بعد مرور عام على ورود الفكرة لسحر) كان افتتاح أول مقهى جمهورية القهوة Coffee Republic في شارع ساوث مولتون.

اعتمدت مقاهي جمهورية القهوة على تقديم أكثر من نكهة قهوة تلائم الرغبات المختلفة للشاربين، من قهوة ذات زبد كثيف لأخرى بدون، ومن تلك بطعم الموكا لتلك بنكهة العسل والقرفة. رغم التنوع الكبير في المعروض من نكهات القهوة، لكن البداية كانت صعبة للغاية، فلقد نظر رواد المقاهي بعين الاستغراب لهذا المقهى الجديد، كما أن العثور على العمالة الكفؤة كان صعباً، وأصعب منه الحفاظ عليها.

لم يكن الانسحاب أو الاستسلام من الأشياء الواردة على ذهن الأخوين، لنا قررا أن يستعينا بشركة علاقات عامة كي تتولى الدعاية لهما، وكان من نتيجة ذلك نشر بعض التقارير الصحفية الإيجابية.

جاء ربيع 1996 بالمزيد من الأعمال والأشغال للأخوين، وفي ديسمبر 1996 كان افتتاح المقهى الثاني في وسط لندن، ما دفعهما في أكتوبر 1997 لتحويل مشروعهما إلى شركة مساهمة وطرحا الأسهم في البورصة، ما عاد عليهما بمبلغ 8.5 مليون جنيه إسترليني، تم توجيهها لمزيد من التوسع والانتشار. كانت الأمور تمضي على ما يرام، وتذكر سحر سعادتها البالغة حين رأت أول عميل يرحل ومعه قدح قهوة يحمل اسم المقهى في يديه.

في يوليو 2000 تم طرح المزيد من الأسهم، ليجمعا 20 مليون جنيه إسترليني، تم توجيهها في افتتاح 40 مقهى جديد في عام واحد، ليصبح إجمالي عدد المقاهي 82 مقهى خلال خمس سنوات من تاريخ البدء ، تناثرت في أكبر المدن الإنجليزية، وعمل فيها أكثر من 800 موظف. شيئاً فشيئاً بدأ الأخوان يعتمدان على المدراء في إدارة الجمهورية، وبدأت سحر تركز على زيارة مقهى كل يوم في الصباح، حيث تقضي ساعة كاملة، كمرتاد تقليدي، تراقب فيها الجودة؛ جودة المعاملة وجودة المنتج.



تؤكد سحر أكثر من مرة قائلة: ”هدفنا هو التأكد من أننا لم نتحول لشركة عملاقة مترامية الأطراف، فننسى كيف ولماذا أقمنا هذه الشركة“. تؤكد سحر أن عملها السابق كمحامية ساعدها كثيراً، حيث كانت تسدي النصح لكثير من العملاء، لكنها كانت تطمح لأن ترى ثمرة هذا النصح والمجهود بنفسها.

في عام 2001، تحت سحر عن دورها في الجمهورية (التي كانت تدر 30 مليون جنيه إسترليني سنوياً) لتتحول إلى الكتابة، فأخرجت لنا في يناير 2003 كتاباً يحمل اسم: ”الكل يستطيع أن يفعله، كيف أسسنا جمهورية

القهوة من على طاولة المطبخ“ ليحل الأول في قوائم أكثر الكتب مبيعاً في إنجلترا، لعدة أسابيع، ونال الكتاب العديد من الجوائز والترشيحات، وتم تدريس بعض أجزاءه في مدارس الأعمال الإنجليزية.

وقع الاختيار على سحر ضمن أكثر 100 سيدة ذات تأثير في المجتمع الإنجليزي، ونالت العديد من الألقاب واحتلت صورها العديد من أغلفة المجلات العالمية، ذات الطابع العمالي وغيرها، وتحدثت في الكثير من البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وانتهت بالحديث في دبي في مارس 2006!

هل توقفت سيدة الأعمال الإيرانية عن الإبداع؟ رغم أنها أعلنت عدم نيتها للعودة لبدء مشاريع جديدة، لكن الطبع غلاب وها هي تبدأ مشروعاً جديداً: كعكات خالية من الدهن ومن السكر ومن كل ما له علاقة بزيادة الوزن. بكونها سيدة تحافظ بكل قوة على رشاقتها، فهي وجدت نقصاً في السوق الإنجليزية تجاه الحلويات خالية السكر والدهن والسعرات، لنا بدأت عملية البحث من جديد، وافقت مع الموردين، ثم بدأت منتجات **سكّني كاندي** (أو الحلوى النحيفة) في الظهور في مقاهي جمهورية القهوة.

التحدي الجديد الذي تواجهه سحر هو قناعة الناس أن أي منتج يحمل اسم Diet (صحي/قليل السعرات) سيكون طعمه رديئاً وهنا ما تنوي سحر أن تغيره.

16- ترجمات جوركا زيلينسكين

هل المرء منا يُولد بعقلية تجارية، أم أن الظروف المحيطة هي ما يدفعنا لتنمية هذه العقلية؟ في حالة جوركا الليتوانية (Jurga Zilinskiene) سنميل للشق الأول، فهي أظهرت النبوغ في عمر ست سنوات، حين عثرت على حبوب غلال كثيرة منسية في مخزن بيت العائلة، فما كان منها إلا أن أخذتها وذهبت للسوق لبيعها، فاصطف الناس أمامها للشراء منها، إذ كانت تباع أكثر من 15 نوعاً من الحبوب والبقوليات، ولا بد أنها كانت تباع بسعر زهيد، حكماً على كثرة الزبائن الذين اصطفوا أمامها.

لم تقتنع جوركا بإمبراطورية الحبوب التي كانت تبنيها بالتدريج، ولنا قررت وعمرها عشرة سنين التحول لتربية الحيوانات الأليفة وبيعها مع بعض المساعدة من عائلتها، وصحبت ذلك بشراء الحلوى وبيعها لزملاء دراستها. تلك ما نسميها إرهافات النبوغ التجاري.

عندما بلغت 16 عاماً، بدأت جوركا في كسب مبالغ محترمة من المال، عبر استيراد الملابس الجاهزة من دولة الإمارات العربية وبيعها في بلدها، وبعدها بعام كانت تدير سوبر ماركت صغيراً خاصاً بها. تمكنت أثناء ذلك من أن تجد وقتاً كي تتزوج، لكنها كانت زيجة مريرة، دفعها للانتقال للعيش في إنجلترا لدراسة القانون.

الدراسة الجديدة دامت لفصلين قبل أن تقرر جوركا أنها لا تريد العمل كمحامية، لكنها -رغم ذلك- كانت معجبة بدراسة القانون، والتي فادتها كثيراً في أعمالها فيما بعد، خاصة في مجال الترجمة -مجالها الحالي- إذ أن 80% من أعمال الترجمة تأتي من مؤسسات قانونية ومكاتب محاماة.

أسست جوركا في أغسطس 2001 شركتها للترجمة وأسماها Today Translations (ترجمات اليوم) وفي خلال فترة وجيزة كانت قد أمنت لشركتها أكثر من مائتي عميل، وأصبحت تدير جيشاً جراً من اللغويين والمترجمين والمحريين والمدققين (1500 موظف)، الذين يترجمون ما بين أكثر من 160 لغة، بداية بالعربية وانتهاءً بلغة يوربا.

جوركا لديها هدف تركز عليه بكل قوتها، يتلخص في مضاعفة عوائد شركتها عاماً بعد عام، ولا يبدو ذلك مستحيلاً إذا أخذنا في الاعتبار أن الشركة تدر 900 ألف دولار سنوياً في الوقت الحالي، بعد مرور خمس سنوات على بدء مشروعها للترجمة.

قصة نجاح جوركا ليست بالتي تمر عليها مرور الكرام، فهي بلغت ما بلغته دون أن تقترض فلساً خلال مشوار حياتها، وهي تتخر بذلك قائلة: "ما استثمرته في أعمالي جاء بالتدريج، حتى بلغ أقصى ما ادخرته يوماً 20 ألف دولار، جمعتها بمجهودي وعريقي وكدي ومن عوائد أعمالي. لم اقترض يوماً من أي بنك، مما

لكي تصل إلى كنزك - عليك أن تدفع الثمن - وأن تخوض الطريق إلى آخره.

قد يدفع البعض للظن بأنني من الطراز القديم، أو لا أتماشى مع متطلبات عالمنا اليوم، لكنني أوّمن بالقدرة النائية للأعمال على النمو". (هذه القدرة النائية على التمويل يُطلق عليها بوتستراينج أو Bootstrapping)

كعادتها في اكتشاف الفرص الاستثمارية السانحة، منذ حولت الحبوب المهملة لنقود ثمينة، رأت جوركا أن هناك فرصة سانحة في مجال أعمال الترجمة في المملكة المتحدة (إنجلترا)، هنا إن تم تقديم هذه الخدمات بشكل شخصي احترافي.

لم لا وهي قد عملت مترجمة فورية في وقت من الأوقات، خاصة من وإلى اللغة الروسية، لكنها رأت أن العمل في الترجمة الفورية لا يسمح لها بحسن إدارة وقتها، كما شعرت بأن هناك فرصة سانحة لبدء نشاط تجاري يقدم خدمة الترجمة بشكل شخصي يختلف عما تقدمه بقية شركات ومكاتب الترجمة.

الوقت الحالي هو العصر الذهبي لخدمات الترجمة، فالجيش البريطاني يتخبط في متاهات أرض العراق، ومترجموه يتساقطون مثل حبات انفرط عقدها، حتى أن الجيش البريطاني بدأ في تعيين من يخطون خطواتهم الأولى في تعلم وفهم اللغة العربية من البريطانيين. مثال آخر على قوة إرادة هذه الفتاة، التي تعلمت البرمجة بنفسها كي تحوّل فكرتها للترجمة عبر إنترنت إلى أمر واقع، بعدما أكد لها الكثيرون من المبرمجين استحالة تنفيذ ما تفكر فيه.

أرادت جوركا تصميم قاعدة بيانات بشكل خاص، وهي استشارات عشرة شركات متخصصة، خذلوها جميعاً، فما كان منها إلا أن استأجرت مدرب برمجة فيجوال بيسك لها وحدها، لكن حين أخبرها هنا المدرب استحالة برمجة وتصميم ما تتدرب من أجله، اشترت كتاباً وانكبت تقرأ وتفكر وتجرب حتى تم لها ما أرادت. لقد فعلتها بنفسها!

17- قصة نجاح ايه تي آي ATi

بطلنا عزيز قوم ذل، اسمه **كوك يون هو (Kwok Yuen Ho)**، المولود في عام 1950 لأسرة كانت ذات عهد سابق بالثراء، فقدته على يد الثورة الصينية الشيوعية. عاش -من كان متوقفاً له رغد العيش- طفولته في فقر مدقع.



كان كوك أصغر أفراد عائلته، وقضى شبابه في بيع الخضروات التي كانت عائلته تزرعها في حديقتهم. اضطر والده -تحت ضغط تكاليف العيش- لأن يهاجر إلى هونغ كونج ليعمل في مصانعها، حيث أخذ يرسل ما توفر له من دراهم معدودة إلى عائلته لتبقي أودهم. في عام 1962 اجتمع شمل الأسرة الكبيرة مرة أخرى في مدينة هونغ كونج، في شقة من غرفة واحدة.

موعد كوك الأول مع طريق النجاح كان حصوله على منحة دراسية في جامعة شينج كونج التايوانية، خصصها لدراسة الهندسة الكهربائية. بعدما تخرج في عام 1974، تمكن من العمل في شركات كينترول داتا ثم فيليبس ثم ناشيونال، وأخيراً شغل وظيفة المدير العام لشركة إلكترونيات ونج، والتي ازدهرت في تصنيع وتجميع أجهزة الكمبيوتر.

في عام 1984 هاجر كوك إلى كندا، إلا أنه وبالرغم من خبرة عقد من الزمن ودرجاته العلمية المرموقة، لم يجد كوك وظيفة في المهجر تضاهي تلك الوظائف التي شغلها في هونغ كونج.

في حياة كل ناجح لحظات يأس وقنوط، يحولها الأمل إلى لحظات ميلاد النجاح. قرر كوك مشاركة بني لو و لي لو، خريجا جامعة تورنتو وأصحاب شركة كمبيوتر ناجحة (كوم واي). قرر الثلاثة وضع كل شيء على المحك، قرروا وضع كل مدخراتهم ومدخرات أصدقائهم وأقاربهم، لتأسيس شركة تصنيع مكونات أجهزة الكمبيوتر، 300 ألف دولار من أجل تأسيس شركة Array Technologies Industry أو ايه تي أي اختصاراً. أول منتج للشركة الناشئة كان بطاقة ترقية تزيد ذاكرة الكمبيوتر وتضيف له مخرجا تسلسليا وآخر للطباعة.

تغير اسم الشركة بعد ذلك إلى Array Technologies Inc. ثم إلى ATi Technologies Inc. أو ما يمكن تسميته "تقنيات المصفوفة"، وهنا الاسم كان يرمز إلى الطريقة المتبعة وقتها في تصنيع الشرائح الإلكترونية، وغني عن القول بأن هذه التقنية استبدلت بعدها بتقنيات أخرى أحدث منها، لكن الاسم بقي كما

هو! الجدير بالذكر أنه في هذا الوقت من طفولة صناعة الحواسيب، كانت بطاقات العرض أحادية اللون، فلقد احتاج الأمر الانتظار حتى عام 1986 لخروج أول بطاقة عرض ملونة إلى الأسواق.

انتهزت ايه تي أي الفرصة، وطرحت بطاقة عرض أسمتها في آي بي وهي وفرت إمكانية الجمع ما بين كل المعايير المتبعة في المنتجات الأخرى المتوفرة في السوق. لقد كانت الشركة تتلمس طريقها لتتخصص في تصنيع الشرائح الإلكترونية المسؤولة عن كل ما يتحرك على شاشة الكمبيوتر -أو ما نسميه اليوم بطاقات العرض- والذي جاء لسبب بسيط: وقتها كانت تلك البطاقات من البساطة بمكان بحيث يمكن لرأس المال المجموع أن يؤسس شركة تصنيع يمكن لها أن تنجح.

هذا القرار كانت من بنات أفكار كوك وكان عام 1987 بداية التركيز الكامل على هذه الفكرة، خاصة مع إطلاق بطاقتي ايجا وندرز وفيجا وندرز لحواسيب آي بي ام. بدأت شركة ايه تي أي بقوة ستة موظفين فقط. كونها شركة كندية ناشئة (مجهولة) جعل مصنعي أجهزة الكمبيوتر مترددين في التعامل معها. بعد مرور أربعة شهور كان رأس المال قد نفذ بالكامل. تدخل بنك سنغافورة الوطني ليقترض الشركة الوليدة بعض المال (قرض قدره 300 ألف سرعان ما زاد إلى مليون ونصف) ما أكسبها بعض الوقت.

على الرغم من مشاكل البداية للشركة، لكنها كانت بحاجة لتصميم شريحة إلكترونية واحدة كي تنفذ الشركة من حافة الإفلاس. جاء الفرج حين وصلت طلب شراء من شركة كومودور التي كانت في أمس الحاجة لمن يمدّها بشرائح رسومية وبسرعة. تمكنت ايه تي أي من تصنيع 7000 آلاف شريحة أسبوعياً وتسليمها لشركة كومودور، وبنهاية العام، كانت العوائد المالية بلغت عشرة ملايين دولار.

يتطلب النجاح دائماً مزج الإدارة المالية الذكية مع الإبداع التقني لتحقيق مبيعات تضمن استمرار الشركة مع استمرار الإبداع والاختراع. في عام 1994 أطلقت الشركة منتجها العبقري شريحة ماخ64 وسبب العبقرية أن هذه الشريحة كانت من القوة بحيث تستطيع عرض أفلام الفيديو على شاشة الكمبيوتر دون الحاجة لشرائح إلكترونية إضافية (في تلك الأيام، كان هذا الأمر أعجوبة).

مكنت هذه الشريحة كذلك من تشغيل الأفلام المضغوطة بنظام MPEG-1 على الكمبيوترات دون الحاجة لبطاقات ريل ماجيك غالبية الثمن. هذه الشريحة كانت أساساً لكثير من الشرائح التالية الشهيرة والتي أصابت النجاح الكبير والشهرة فيما بعد، وساعدت الشركة على طرح بطاقات عرض تسمح بإدخال عروض الفيديو على الكمبيوتر ومن ثم تحريرها وتعديلها، مرة أخرى دون الحاجة لأجهزة متخصصة غالبية الثمن.

سواء كنت تظن أنك قادر على
اجتياز الصعاب أم لا، فأنت
على صواب - هنري فورد

في عام 1997 اشترت ايه تي آي شركة تي-سنج لابز، المتخصصة في تصنيع الشرائح الرسومية، ما ضم إليها 40 مهندساً متخصصاً. في عام 1998 تخطت عوائد الشركة المليار دولار، وتم اختيار كوك كرجل أعمال العام في كندا. في عام 2000 اشترت كذلك شركة أرت-اكس (الشركة التي صممت شريحة الرسومات لجهاز ألعاب نينتندو جيم-كيوب) ومنها دخلت في شراكة طويلة مع نينتندو نتج عنها تصنيع الشريحة الرسومية في منصة نينتندو لألعاب الفيديو وبـي.

بعدها أعلنت مايكروسوفت تعهدها بتصنيع شريحة جهاز الأولى اكس بوكس 360 إلى شركة إي تي آي. في عام 2002 طرحت الشركة أول معالج رسومات مخصص لكمبيوتر الجيب وللهواتف النقالة. في عام 2004 تنحى كوك عن رئاسة مجلس إدارة الشركة، مع استمراره عضواً في هذا المجلس. في عام 2005 تم إعلان ايه تي آي كأكبر شركة تصنيع معالجات رسومية في العالم. أخيراً، تم الإعلان عن اندماج شركة ايه تي آي مع شركة آيه ام دي لتصنيع معالجات البيانات للحواسيب، في شركة واحدة يُتوقع لها الكثير.

لم ييأس كوك أبداً، ولم يتخل عن الإبداع من أجل تقديم حلول جديدة بأسعار اقتصادية، مع انتهاز الفرص لتكبير الشركة، ولم يلجأ لأساليب احتكارية في منافسته، على الأقل لم نقرأ عن ذلك.

18- روبرت فويت، الطيار المبرمج

تعود بدايات دخول الكابتن طيار روبرت فويت في عالم إنتاج برمجيات الحاسوب إلى عام 1990 حينما كان عمره وقتها 30 سنة، ويعمل كطيار تجاري على طائرات نقل الركاب على خطوط شركة نورث ويست الأمريكية. استغل روبرت فترات راحته في متابعة هوايته الأولى: التصوير الرقمي. رغم أن عمل روبرت كان الطيران، لكن عشقه الأول كان علوم الحاسوب، وهو أحب تجربة البرامج التي كان تتيح له تعديل الصور الرقمية وطبع هذه الصور من خلال حاسوبه الخاص.

بفكرة بسيطة وبداية متواضعة، صمم روبرت برنامجاً بسيطاً حوى مجموعة من وظائف تحرير الصور رقمياً، وطرحه للتنزيل الإلكتروني بنظام المشاركة والتجربة في حقبة ما قبل شبكة إنترنت والتي سادتها النشرات الإلكترونية BBS، وهو دعا المستخدمين لتجربة البرنامج الذي سماه محل التلوين أو Paint Shop وعرض آرائهم ومقترحاتهم فيه عليه. [بداية البرنامج الشهير فوتو شوب كانت في عام 1989 - أي قبل بداية روبرت بعام واحد].

كم كانت تكاليف بداية روبرت؟ فقط الورق والأظرف والطابع، التي استخدمها لطباعة شيفرات Codes تسجيل برنامجه للمستخدمين الذين قرروا شراء البرنامج. عبر هذه الشيفرات، يتمكن المستخدمون من تعطيل رسالة في البرنامج كانت تذكرهم بضرورة شرائه.

رغم إشتهار روبرت لشركته "برمجيات جاسيك" (اختصاراً لجملة: Jets And Software Company) والتي عنت شركة الطائرات والبرمجيات) في عام 1991 في مدينة مينيتونكا في ولاية مينوسوتا الأمريكية، إلا إنه استمر في العمل كطيار تجاري لمدة أربع سنوات بعدها، وهو يقول عن هذه الفترة: "كنت لاهب لأطير، ثم أعود إلى بيتي لأجد قائمة من طلبات التسجيل، لأقوم بالعمل على تليبتها والرد عليها". في أبريل من عام 1992، وُظف روبرت مساعداً له يتولى الرد على الاتصالات الهاتفية، ومتابعة طلبات العملاء، ما أعطى روبرت فسحة أكبر من الوقت ليقضيها في البرمجة.

الإقبال على استخدام شبكة إنترنت وذيوع شهرتها كان ذا معنى واحد لنشاط روبرت: المزيد والكثير من الطلبات الإضافية. اعتماداً على مقترحات وآراء مستخدمي البرنامج، خرج روبرت بنسخة أحدث من برنامجه سماها برو (النسخة الاحترافية) واستمر في بيعها تحت مبدأ المشاركة والتجربة. يؤكد روبرت أنه لولا انترنت التي ساعدته بقوة على تسويق وتوزيع برنامجه، لاحتاج منه الأمر للحصول على مبلغ مكون من ستة أرقام كي يتبع إستراتيجية تسويقية تحقق له ما حققته ثورة الإنترنت.

إذا لم تبدو الفكرة سخيّة لأول وهلة، فاحتمالات نجاحها ضعيفة آينشتاين.

على أن روبرت قرر في عام 1997 أنه بلغ مرحلة توجب عليه توزيع كتالوجات لبرامجه على محلات بيع البرامج، لتعمل كطريقة توزيع موازية للتوزيع عبر شبكة إنترنت. عندها كان بينت شوب برو قد ثبت أقدامه ورسخها، إذ بلغ عدد المستخدمين المسجلين 80 ألفاً، وعدد الموظفين العاملين 40 موظفاً، وتجاوزت عائدات الشركة السنوية 6 ملايين ونصف دولار، كما حصد البرنامج التشجيع والمدح والشكر والعرفان من الصحافة ومواقع إنترنت المختصة.

رحّب الموزعون وشركات بيع البرامج بهذا القرار، ولنا لا عجب في أن يأتي ترتيب الشركة في عام 1998 عند المرتبة 161 في قائمة أسرع 500 شركة أمريكية نمواً، كما استمرت مبيعات الشركة في الازدياد حتى بلغت في نهاية هذا العام قرابة 17 مليون دولار أمريكي. في فبراير من عام 1998، قرر روبرت فويت التنحي عن منصب مدير الشركة مفسحاً المجال لخليفته كريس تفتو والذي حوّل الشركة من مبتدئة إلى محترفة، ومن شركة قائمة على فكرة بسيطة إلى شركة تنافس عمالقة الشركات مثل أدوبي وكوريل.

علم روبرت أيضاً في قرارة نفسه أن الشركة في حاجة لما هو أكثر من ذلك لكي تنافس بشكل أفضل في السوق، ولنا في عام 2004 أتم بيع الشركة بالكامل إلى شركة كوريل (المصممة والمنتجة لبرامج مثل كوريل درو وبينت والمطورة الحالية لحزمة برفكت أوفيس وغيرها الكثير، وهي كانت بدورها قد تم بيعها في العام الذي قبله إلى مجموعة استثمارية ضخمة).

في خلال عشرة سنوات، تحولت فكرة بسيطة إلى شركة كبيرة تحقق عوائد تفوق 30 مليون دولار، وهي اعتمدت على مقترحات المستخدمين وآرائهم للتطوير وتقديم كل ما هو جديد. اليوم تباع النسخة الكاملة من البرنامج بسعر 99 دولار للنسخة الإلكترونية، و109 دولار للنسخة الفعلية (قرص مدمج مع دليل استخدام في صندوق كرتوني) وأما سعر الترقية من إصدار سابق فهو قرابة 49 دولار.

19- أسطورة الإعلانات دوني دويتش

في عام 1983، التحق دوني دويتش بشركة أبيه الصغيرة للإعلانات في مدينة نيويورك، في ذات الوقت الذي كان أبوه يفكر في بيع الشركة لتقدمه في السن، لكن دوني الصغير نجح في إقناع أبيه بالعدول عن ذلك، وترك الشركة لابنه النائر الصغير كي يديرها وفقاً للطريقة التي يريدها الابن. تتضمن قائمة عملاء شركة دويتش للإعلانات اليوم شركات كبرى مثل جونسون، نوفارتيس، فايزر، ميتسوبيشي، إيكيا، وكذلك دعايات حملة بيل كلينتون للترشح للرئاسة الأمريكية في عام 1992.

باع دوني ملكية الشركة في عام 2000 بقرابة 300 مليون دولار مع بقاءه مدير مجلس الإدارة لها. بعدها وجه دوني اهتمامه إلى صناعة الأفلام عبر إنشاء شركة إنتاج فني، وهو قدم أيضاً برنامج تليفزيوني خاص به في قناة سي ان بي سي الأمريكية، سماه الفكرة الكبيرة، وألف كتاباً خصصه لتشجيع الأعمال حاول أن يضع فيه خلاصة خبرته على مر عقدين من الزمن في مجال الإعلانات.

يعترف دوني أنه كان محظوظاً لكون أبيه صاحب شركة إعلانات، ومحظوظاً أيضاً لأنه رغم استهتاره في فترة الصبا التي قضاها في مشاهدة التلفاز والحفلات والرياضة، لم تستغن عنه الشركات التي عمل بها أثناء دراسته رغم أنه لم يهتم كما يجب لشؤون العمل. تلك الوظائف قصيرة الأجل هي التي جعلت دوني يدرك أنه لا يريد أن يقضي حياته في مجال الاقتصاد أو المحاسبة، بل في الإبداع والفن. ذهب دوني لأبيه وقال له، دعني أعمل في ركن صغير في الشركة، ودعني أجلب زبائن جدد، وهكذا انطلق دوني يجلب العميل تلو العميل، وبدلاً من أن يستحوذ على شركة أبيه، بدأ وكالة دعائية جديدة داخل وكالة أبيه.

فلسفة دوني في العمل تعتمد على اجتناب وتوظيف الموهوبين صغار السن، خاصة من هم أكثر ذكاءً وبريقاً منه هو، وإقناعهم بالعمل معه ضمن الفريق. يبحث دوني دائماً عن من هم على وشك الوصول لقمة عطائهم الفني والمهني، لا من بلغوا تلك القمة بالفعل، وهو يؤكد أنه يُعطي منصب الإدارة لمن يريد أن يصبح مديراً ناجحاً، ويوجد في عينيه البريق الدال على إمكانية تحقيقه لذلك، وهو لمن يعطيه لمدير سبق وحقق النجاح الذي يبحث عنه.

نموذج التحفيز الذاتي لدوني يعتمد على أنه لا وجود لعقري حقيقي كامل، وبالتالي فكل شيء ممكن تحقيقه، وكل عمل عظيم يمكن التفوق عليه، هذه الطريقة الساذجة -على حد قول دوني- ساعدته على بلوغ ما وصل إليه اليوم.

لماذا باع دوني شركته (التي كانت تحقق 20% زيادة سنوية في المبيعات) وهو في أوج نجاحه؟ لأنه يريد جيلاً شاهقاً ليتسلقه، لقد أصبح دوني قبلة من يريد تصميم إعلان تليفزيوني لا مثيل له، وبرنامجه

التليفزيوني استضاف فيه عليّة وكبار القوم، وهو تحدث فيه عن السياسة وعن الموسيقى. لقد حقق جزءاً كبيراً من أعلامه، والآن عليه البحث عن مزيد من الأعلام لتحقيقها والصعاب ليقهرها.

أدار دوني الشركة من منظور رجل أعمال لديه القدرة على الإبداع، وهو يؤكد أن لم يجبر عميلاً من عملائه على قبول أي فكرة دعائية أو إعلانية قدمها له، بل كانت أعماله من الإبداع بمكان حتى أنها كانت تلقى القبول بشكل تلقائي، دون الحاجة لضغوط أو جدل. كذلك نجد أن الكثير من الشركات تعتمد اليوم على تقسيم أسهامها إلى مراكز ربح تتنافس فيما بينها، لكن دوني يضع الجميع في شركته تحت سقف واحد، يجمعهم هدف واحد، هو تحقيق الربح بشكل جماعي.

من وجهة نظر دوني، النجاح لا يعتمد على من هو الأذكى أو من هو الأفضل، بل يعتمد النجاح على من يقول: "لما لا أنجح أنا أيضاً، أنا أستحق أن أنجح"، وأما المهارات اللازمة للنجاح فيراها ضرورية لكنها ليست كافية، فمن يريد أن ينجح لا بد له من أن يتحقق فيه الشعور بالجوع والظماً والإصرار والافتتاح الراسخ باستحقاقه للنجاح.

الإدارة الناجحة من وجهة نظر دوني هي القدرة على حشد مجموعة من البشر وفهم أهدافهم بشكل عميق، والاستفادة من مهاراتهم الفردية في تأسيس مؤسسة وبيئة عمل تقودهم فيها للغاية المرجوة، محققاً أهدافك.

الدروس المستفادة:

- إذا توقفت عن التحرك للأمام، سيدهسك من هو خلفك.
- إذا وقفت ساكناً حتى لا تخاطر بأي شيء -- فأنت فعلياً تخاطر بكل شيء.
- إياك والدوران في فلك غيرك، بل أنشئ عالمك الخاص.
- كن من القوة حتى تجعل الغير يستاءون منك (لا تتحامل على نفسك مخافة أن يفضب منك أحد).
- أخلاق العمل السليمة لا تشجع على إثارة استياء الغير، لكن أحياناً سيجب عليك ذلك.

20- غلطة دومينيك هاكفي

الديك الفصيح من البيضة يصيح، هكذا تعلمنا في الصغر، ولربما كان لهذه المقولة ما يؤيدها في قصتنا اليوم، التي نتناول فيها مسيرة الشاب الإنجليزي دومينيك ماكفي (Dominic McVey)، الذي كان يتصفح مواقع إنترنت يوماً، بحثاً عن موقع شركة بطاقات الائتمان الشهيرة فيزا، فكتب حروف موقعها خطأ، VIZA بدلاً من VISA. هنا الخطأ در عليه فيما بعد عوائد مالية قدرها 5 ملايين دولار.

خطؤه هذا جعله يهبط على موقع شركة أمريكية متخصصة في تصنيع عجلات السكوتر Scooters بمحرك وبدون محرك والتي يمكن طيها وحملها بسهولة، ومثل أي فتى في عمره فلقد أراد واحدة منها بدرجة كبيرة، لكنه لم يكن هو أو والديه ليتحمل نفقات شراء واحدة منها. أظهر دومينيك إمارات النبوغ، إذ أرسل رسالة إلكترونية إلى الشركة يخبرها أنه يستطيع بيع الكثير من هذه الدراجات في موطنه إنجلترا، فقط لو أرسلوا له واحدة مجاناً.

بالطبع رفضت الشركة الأمريكية، لكنها كانت من الذكاء التسويقي بحيث أخبرت دومينيك أنه لو اشترى خمسة دراجات منها، فستعطيه الشركة السادسة مجاناً. لم يضع دومينيك الوقت، إذ عمد إلى توفير المال حتى جمع ما يكفي لشراء الخمس، عبر عقد حفلات الرقص وشراء الأسهم والسندات وبيع مشغلات الأقراص الصوتية المصغرة لأصدقائه وزملائه ومعارفه.

حصل دومينيك على دراجاته الخمسة، والسادسة الأخرى المجانية، والتي سعد بها جداً، لكنه عرف أن عليه بيع أولئك الخمسة بسرعة، وهو ما فعله في بحر أسبوع واحد، لأصدقائه وأفراد عائلته، وفي الأسبوع التالي باع عشرة منها، واستمر على هذا الحال من وقتها.

هل شكل السن الصغير عائقاً أمام الشاب اليافع؟ بالطبع لا، فدومينيك كان طلق اللسان مفوهاً، فباع الكثير عبر استعمال الهاتف، وساعدته خبرته في التعامل مع إنترنت في البيع، وعادت عليه صداقاته مع أقرانه من خبراء تقنية المعلومات بعروض تقديمية (Presentations) احترافية لبيع بضاعته، كما أنشأ موقعاً له على إنترنت سرعان ما أصبح متوسط زواره يومياً 30 ألف زائر، وهو باع قرابة 7 مليون دراجة عبر موقعه، وأربع ملايين غيرها عبر قنوات البيع الأخرى!

لم يرى دومينيك الفرصة المتاحة حتى أبصر المنتج على عتبات بابه، وكان حتماً عليه استغلالها. قد يرى البعض ما حدث ضرباً من الحظ، لكن لضربة الحظ مدى زمني قصير، لذا كان على دومينيك التحرك الدائم لبيع ما لديه من مخزون.

نظر دومينيك للأمر ببراعة الطفولة وسناجة الأطفال، ولعلها كانت الطريقة الأمثل إذ جنبته القلق النفسي والضغط العصبي والمشاكل الإدارية. كان دومينيك بائعاً ماهراً بلا شك، فهو عرف أن المنتجات المنافسة لعجلاته كانت أقل مستوى وأعلى تكلفة، وعبر عن ذلك بفصيح صحيح الكلمات، كما أن الصحافة أعجبت بالمنتج الذي يبيعه، كذلك جمهور المشترين، وهو ما ساعد البيع على أن يتحسن أكثر فأكثر.

العجيب في الأمر أن اقتنان دومينيك الصغير بلعبته استمر أسبوعاً واحداً فقط، بعده ضجر منه وزهد فيه، لكنه رأى أن بإمكان كل شخص في العاصمة لندن أن يذهب إلى عمله على متن دراجة مثل هذه، وكذلك كل قائد سيارة إذ أن الاختناقات المرورية اللندنية كانت العادة وخلافها من النواذر. كل ما فعله بعدها هو نشر رؤيته هذه بين الناس.

أثناء فترات راحة الغداء اليومية في مدرسته، اعتاد دومينيك الذهاب إلى محطة قطار الأنفاق ليضربول، لتطارده الشرطة بسبب توزيعه لمتشورات دعائية بين جمهور الركاب، التي كان يلقيها بينما يمضي مسرعاً على متن دراجته السكوتر. في أول الأمر، باع دومينيك الكثير من دراجاته للموظفين التنفيذيين على أنها أدوات لهُو وتسلية، لكن فيما بعد بدأ الناس في استعمالها للوصول لأماكن عملهم.

يعطينا دومينيك درساً في تقبل رفض العملاء لشراء بضاعتنا، فهو لم يكن ليتركهم دون أن يسألهم عن طريقة إدارتهم لأعمالهم، وهم أحبوا أن يشاركوه خبراتهم، مثلما يفعل الأخ الأكبر مع إخوته. على أن دومينيك كان الراح الأكبر، فلم يكن هناك أي إيجار يدفعه أو قروض يسدها أو مصاريف يدفعها، وكان جل ما يدفعه فواتير إنترنت وهاتفه النقال. الطريف أن مكتب دومينيك كان سرير نومه!

اضطر دومينيك للبحث عن معين آخر بعدما تشبعت لندن بدراجاته، فعند بلوغه 17 سنة كون فرقة موسيقية فشلت بجدارة، بعدما كلفته الكثير. يخبرنا دومينيك أن أكبر أخطائه أن نجاحه جعله يظن نفسه قادراً على فعل أي شيء، فهو حدد 30 هدفاً ليحققها، وذلك كان عبئاً عليه أكثر منه دافعاً ومحفزاً، وهو يعلق على ذلك بالقول بوجود فرز الأهداف وتركيزها في مجموعة صغيرة، ووجوب قضاء الوقت الكافي في التفكير في الخطوة التالية. تعلم دومينيك هنا الدرس وهذه الحكمة بعدما خسر الكثير من ماله، وبعدها اندفع اندفاع المنتشي بالفوز، فلم يحسب خطواته التالية جيداً.

يعزو دومينيك نجاحه لسبب بسيط: لقد كان لديه شيئاً يحتاجه الناس بشدة، ورغم صغر سنه النسبي لكنه عمل خبير أعمال لشركة نشر، وعكف على كتابة قصته وتناول فيها تجربته كرجل أعمال ناشئ، ويعمل في مجال بيع المنتجات الصيدلانية، ويدير أنشطة ضخمة لخدمة العملاء عبر الهاتف.

الدروس المستفادة:

- كم منا وقع على مواقع كتب اسمها خطأ؟ كم منا فكر في عقد صفقات عمل مع نضحات القدر هذه؟
- نظرة الإنجليز لأفراد مجتمعهم تنم عن الاحترام والتقدير، فلو فعل طفل عربي مثل صاحبنا لنال عبارات الاستهزاء والاستهجان ولربما العقاب البدني.
- من يريد حجز نطاق باسم شركته، عليه أن يحجز جميع النطاقات الممكنة لكتابة ذلك الاسم.
- النجاح مرة ليس ضماناً للنجاح في كل مرة، ولنا كل خطوة يجب حسابها بتمعن وتروي.

21- صالون شاهيناز حسين

بعدما ساعدت العالم على حماية نفسه، تراها الآن تريد مساعدة رواد الفضاء، عن طريق توفير مستحضرات طبية لهم، تساعد الرواد على حماية بشرتهم من الأشعة الضارة التي تجول الفضاء الخارجي، وتقلل من معدل تدهور تلك الخلايا. لقد أرسلت شاهيناز عينات مجانية من مستحضراتها إلى وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية (ناسا) كمساعدة منها على استكشاف وسبر أغوار الفضاء.

إنها **شاهيناز حسين**، الهندية التي تنتج مستحضرات طبية تعتمد على الأعشاب الطبيعية، تربو على 400 مستحضر ومنتج طبي مشتقة جميعها من الأعشاب الطبية، ما يجعلها من كبار منتجي تلك المستحضرات في العالم. في عام 2002 تم تقدير مجموعة شركات شاهيناز بقراءة 100 مليون دولار، وبلغ إجمالي عدد العاملين 4200 موظف، في 104 بلداً من بلدان العالم.

تنتمي شاهيناز لعائلة ملكية مسلمة هاجرت من سمرقند إلى الهند، حيث ارتقت العائلة هناك أشرف المواقع في مملكة بوبال وحيدر أباد، قبل أن تحصل الهند على استقلالها ويخسروا كل شيء. حصلت شاهيناز على تعليمها في المدارس الأيرلندية، وتلقت من والدها حبه للشعر والأدب الإنجليزي، وهي تزوجت - كعادة أقرانها- في سن 15 سنة، وأصبحت أماً في العام التالي.

طبيعة عمل زوجها استلزمت العيش في العاصمة الإيرانية طهران، ونتيجة للظروف المعيشية هناك، لم يكن أمامها سوى أن تنمي اهتماماً بمستحضرات التجميل الطبيعية، ولذا قررت دراسة هذا العلم حسب أصوله الأكاديمية. من أجل تمويل هذه الدراسة، عمدت شاهيناز إلى الكتابة في جريدة إيران تريبيون، في أكثر من موضوع وبأكثر من اسم. هذه الدراسة علمت شاهيناز مدى الأضرار التي تلحق ببشرة وبجسم الإنسان بسبب المستحضرات والمركبات الكيماوية الصناعية.

بعدما أبحرت في بحر العلم، قررت شاهيناز توجيه اهتمامها إلى علم هندي قديم اسمه: أيورفيدا (Ayurveda) وهو نوع من الطب البديل (طب الأعشاب). اسم "أيورفيدا" مكون من كلمتين هما الحياة والمعرفة، فيما يمكن ترجمته إلى علم الحياة، والذي يركز على أسباب ومسببات الحياة الصحية الطبيعية، ويركز على الأسباب الفيزيائية والعقلية والروحية والاجتماعية التي تؤدي للتوافق التام مع الكون بما يؤدي إلى عيش حياة طبيعية من كل النواحي. هنا التحول في الدراسة من جانب شاهيناز كان الغرض منه والدافع إليه البعد عن استخدام المركبات الكيماوية الضارة بالإنسان وبالطبيعة.

بعدما رحلت عن إيران، تدربت شاهيناز على العلاج التجميلي لمدة عشر سنوات، في مختلف المعاهد في مختلف البلدان من لندن وباريس ونيويورك وكوبنهاجن. عند عودتها إلى الهند في عام 1997، قررت شاهيناز أن الوقت قد حان لتبدأ مشروعها الخاص وتفتتح صالون التجميل الخاص بها، **باستثمار مبدئي قدره**

قراءة ألف دولار. إلى جانب توفيرها لخدمات التجميل، وفرت شاهيناز كذلك لرواد صالونها مستحضرات تجميل طبيعية من تركيبها هي.

مستحضرات شاهيناز لم تكن للتجميل وحسب، بل للعلاج بالطرق الطبيعية أيضاً، مثل علاج تساقط الشعر والجفاف وحب الشباب والنمش واضطراب الصبغات الطبيعية في الجسم. هذه المستحضرات اكتسبت أهميتها وشهرتها من عدم سُميتها وعدم احتوائها على أي آثار جانبية ضارة. المكونات الأساس لمستحضرات شاهيناز تتنوع ما بين الفواكه والأزهار والأعشاب وعسل النحل. آخر مستحضرات شاهيناز كانت كريم الأوكسجين، والذي يُوضع على الوجه بشكل يبث الحياة في البشرة عبر مساعدتها على مزيد من التنفس.

الدروس المستفادة:

- مهما كان ما نزل بك من مصائب، هناك طريق للنجاح لتسير فيه.
- هذه الفكرة التجارية قابلة للتطبيق في عالمنا العربي، خاصة وأن الصحراء العربية تزخر بالعديد من النباتات التي تدخل في علاج الكثير من الأمراض.
- العلم وتحصيله، والتعلم وتطبيقه، من شروط النجاح.

22- هليونير النوايا الحسنة

أنهى أليكس تيو (21 عاماً) دراسته الثانوية، وبدأ الاستعداد للمرحلة الجامعية، وكونه شاباً إنجليزياً يعيش في العاصمة لندن حيث التعليم الجامعي باهظ التكاليف ومستهلك للثروات الصغيرة، مما دفعه لهذه الفكرة (وقتها كانت المجنونة، وأما بعد نجاحها فهي العبقرية) لكي تعينه على تكاليف الدراسة الجامعية.

تلخصت الفكرة في إنشاء موقع به صفحة واحدة يضع عليها مليون نقطة/بيكسل مع عرضه كل نقطة منها للبيع مقابل دولار واحد فقط، ولأن نقطة واحدة لن تكون مرئية بما يكفي، فأقل مساحة يمكن شرائها هي مستطيل صغير من 10 نقاط ضرب 10 نقاط (بإجمالي 100 نقطة أي ما يساوي مئة دولار) وأما الدافع وراء شراء الإعلانات في موقع أليكس هو لمساعدته على الذهاب للجامعة!

سياسة أليكس التسويقية تمحورت حول مراسلة جميع أصدقائه، طالباً منهم مساعدته بنقل خبر إنشائه لهذا الموقع لكل من يعرفون وحثهم على الشراء على سبيل المساعدة، وعندما تلور العجلة وتبدأ بعض الإعلانات في الظهور، يخبر الصحافة من أجل بعض الدعاية لموقعه.

في يوم الجمعة 26 أغسطس 2005 كان كل شيء معداً وبدأ أليكس العمل. في أول ثلاثة أيام، تمكن أليكس من بيع 400 بيكسل (بما يعادل 400 دولار). مبلغ ليس صغيراً في مقابل مجهود الشاب الإنجليزي البسيط. بعد يومين باع 100 بيكسل، وبعدها بيوم باع 400 أخرى، وبعدها بيومين باع 200 ثم بدأ البيع في التوقف، لكن وسائل الإعلام المحلية كانت قد التقطت الخبر وبدأت تتناقله فيما بينها، ما أدى إلى بيع 2500 بيكسل في يوم واحد (8 سبتمبر 2005) تلتها 1900 بيكسل مباعاً، وهكذا.

خلال أسبوعين كان أليكس قد حقق قرابة عشرة آلاف دولار من المبيعات، أو 1% مما كان يخطط له، وخلال ثلاثة أسابيع كان قد أمن من المال ما يكفيه لقضاء ثلاث سنوات في جامعته، شاملة الإقامة والمعيشة (قرابة 37 ألف دولار).

قبل ذهاب أليكس للجامعة فعلاً، كان قد باع قرابة 110 ألف بيكسل، وبدأ يعاني من كثرة المقابلات الصحفية وكثرة الطلبات على شراء المزيد من النقاط، مما جعله يسهر الليالي الطوال لتنفيذ طلبات العملاء والرد على استفساراتهم. في الوقت ذاته بدأ ترتيب موقعه العالمي ينطلق بسرعة الصاروخ إلى قمة الترتيب.

بعد مرور 38 يوماً على إطلاق فكرته العبقرية، كان أليكس قد جمع ربع مليون دولار، على أن أليكس كان قد أطلق فكرة جديدة تماماً انتشرت كما النار في الهشيم، وبدأت مئات المواقع تقلد فكرته خلال شهر واحد، ولا عجب في ذلك فشبكات التلفزة كانت قد بدأت تطلب عقد مقابلات معه، وبدأت جميع الصحافة الأوروبية

وبعدھا الأمريكية تبرز موقعه وتتحدث عن فكرته، على أن أليكس اعتبر في ذلك إطرأ له، بل وأعجبه الإضافات التي جاء بها المقلدون الآخرون.

وضعت شركة معامل DSL إعلاناً في موقع المليون عند أليكس، فتضاعف عدد زوار موقعها 20 مرة في اليوم التالي، هذه الزيادة جاءت جميعها من عنده، بل إن مبيعات جميع المواقع التي لها روابط على الصفحة الأولى في موقع معامل DSL قد حققت زيادة قدرها 50% في المبيعات خلال أسبوع واحد من وضع الإعلان.

هنا الأمر تحقق بنسب متفاوتة مع بقية المعلنين عند أليكس، والرأي الذي قد يفسر ذلك الزواج هو أن زوار موقع أليكس ما هم إلا شريحة من العملاء الذين لم يهتم لأمرهم معلن من قبل، وبالتالي حققت الدعاية لهم أفضل النتائج. بعد مرور أربعة أشهر، كان أليكس قد جمع 900 ألف دولار، وعند بداية العام الميلادي الجديد، كان زوار موقع المليونير الشاب تخطوا مليون زائر فريد يومياً، وبلغ ترتيبه العالمي بين المواقع 127 وتبقى له ألف بيكسل فقط، فما كان منه إلا أن عرضها للبيع بالمزاد في موقع EBay الإنجليزي لمدة عشرة أيام.

غم أن هذه الألف بيكسل كان سعرها المفترض ألف دولار، لكن المزادات خلال يومين فقط وصلت بسعرها إلى 23 ألف دولار تقريباً، وانتهى المزاد عند سعر 38 ألف دولار، معلناً بذلك انضمام أليكس إلى نادي المليونيرات والمشاهير.

على أن نجاح أليكس جلب له أعداءً من أشرار المخترقين، والذين صمم أحدهم فيروساً اخترق 23 ألف حاسوب وعمد إلى توجيه سيل رهيب من طلبات الزيارة إلى موقع أليكس حتى جعله يقع تحت الضغط الرهيب ويتوقف عن العمل، ولم يكتف المخترق بهذا، بل أرسل له رسالة تهديد تطالبه بدفع خمسة آلاف دولار مقابل أن يتركه في حاله، وعندما لم يخضع أليكس لهذا التهديد، زادوا المبلغ إلى خمسين ألفاً.

لكن أليكس أثبت لنا مرة أخرى أنه عقلية تجارية حتى النخاع، إذ سارع لعقد صفقة مع شركة حماية أمن المواقع والبيانات لتحمي موقعه، مقابل أن يعطيها أليكس مساحة إعلانية على موقعه. رد أليكس الصاع صاعين، إذ أوكل هذا التهديد إلى المباحث الفيدرالية الأمريكية، والتي بدأت التحقيق في الأمر بعدها.

في عام 2006 عاد أليكس من جديد بفكرة جديدة وبسيطة: موقع جديد، به مليون بيكسل، لكن على خلاف المرة الأولى حيث عرض أليكس البيكسل الواحدة للبيع بدولار، هذه المرة يعرضها أليكس للبيع بدولارين، مع تطبيق شروطه السابقة. بذلك سيحصل أليكس على مليوني دولار، فكيف سيقسمها؟

يطلب أليكس من زوار الموقع الجديد (بيكسل لوتو) التسجيل في موقعه، ثم الضغط على الإعلانات، بحد أقصى عشرة إعلانات في اليوم الواحد، والتي يضعها في هذه الصفحة الجديدة. وما العائد؟ عندما يبيع أليكس

المليون بيكسل (مرة أخرى) سيختار إعلاناً واحداً، ثم سيحدد جميع من ضغطوا على هنا الإعلان، ثم يختار منهم واحداً، هنا الواحد سيصبح مليونير.

بالطبع، لنر التراب في العيون، أعلن أليكس أنه سيتبرع بمائة ألف دولار في أوجه الخير، والباقي سينهب له. فشلت الفكرة الثانية، كما أثبتت الأيام، إذ وقفت المبيعات عند 151 ألف دولار، فالهدف لم يعد نبيلاً، كما في المرة الأولى!

الدروس المستفادة:

- شبكة إنترنت لا زالت منجم ذهب لم يستغل بالكامل بعد، ولا زالت هناك فرص مدفونة تنتظر من يستخرجها.
- ليست هذه أول فكرة ينفذها أليكس، بل كان له مشاريع قبلها لم تنجح.
- قدم أليكس أسباباً وجيهة مقنعة للإعلان عنده وللدعاية له، فهو كان يريد هذه النقود للذهاب إلى الجامعة من أجل الدراسة (رغم أن نجاحه التجاري جعله يؤجل إكمال دراسته هذه).
- التزم أليكس بعدم بعثرة المال يمناً ويسرة، بل كان أول ما اشتراه من المال الذي جمعه جورب ثم اتبعه بكاميرا رقمية لاستعمالها في التقاط صور يستخدمها في مدونته.
- ظهور أليكس في المقابلات الصحفية والتليفزيونية بطريقة تلقائية جمع حوله المزيد من المعجبين والمشتريين.

23- اللم الثائرة - أنيتا روديك

إذا كنت تظن أنك ذا تأثير ضعيف
لصغر حجمك. حاول النوم في
غرفة بها بعوضة صغيرة -
إحدى نعايات ذا بودي بنوب.

جاء ميلاد أنيتا روديك في عام 1942 كابنة ثالثة من أربعة، لأبوين إيطاليين هاجرا إلى ليتل هامبتون في إنجلترا. عملت أنيتا بعد أوقات الدراسة في المقهى الذي تملكه أمها، وبسبب ظروف الحرب العالمية، تعلمت أنيتا من أمها عدم التخلص من أي شيء يمكن إعادة استخدامه، لكن أبويها تطلقا وسنها ثمانية، وسرعان ما تزوجت الأم بآخر مات بعدها بعامين.

قرأت أنيتا في سن العاشرة كتاباً - مدعوماً بصور مقبضة - يتحدث عن مزاعم إبادة اليهود إبان الحرب العالمية الثانية، ما ملأها حماسة وثورة للدفاع عن المضطهدين، وبعدها آتمت دراسة اللغة الإنجليزية والتاريخ، عملت في البداية كمعلمة، ثم قررت قبول منحة دراسية في دولة المحتل الصهيوني في مستعمرات الكيبوتز، لكنها بعد ثلاثة أشهر طردت من هذه المنحة، إذ أن جهبا الشديد للمزاح لم يكن أبناء عمومنا ليحتملوه.

هنا الطرد كان له تأثير إيجابي، إذ قررت بعده أن تسيح في ربوع العالم كله، وبعد عودتها لموطنها عملت في وظائف عدة، منها توزيع الجرائد في باريس، والتدريس في إنجلترا، ولدى الأمم المتحدة في جنيف. بما ادخرته من نقود سافرت إلى ناهيتي، استراليا، مدغشقر، موريشيوس، وأخيراً جنوب أفريقيا، حيث عملت هناك كمعلمة، لكنها مرة أخرى طردت من وظيفتها لنهابها إلى نادي غنائي في ليلة كانت مخصصة للسود فقط، وهو ما كان خرقاً لقوانين التفرقة العنصرية السائدة وقتها، ما جعل الشرطة العنصرية تقوم بترحيلها بلدها!

هنا الترحال أثر بشدة في شخصية أنيتا، وهي تروي لنا ذلك بقولها: ”أنت تغير قيمك حين تغير مبادئك، فحين تقضي ستة أشهر مع أناس يفركون جلودهم بزبد الكاكاو كل يوم، ويفسلون شعورهم كل يوم بالطين، ثم تجد أن هذه الأمور تجدي فعلاً وتأتي بالطيب من النتائج، فأنت حتماً ستوقف كل معتقداتك السابقة، وإذا كنت مثلي، ستنمي حباً جارفاً تجاه علم الأثرولوجي (علم الأجناس البشرية)“.

بعد عودتها الثانية إلى موطنها، عرفتها أمها على زوج المستقبل: جوردون روديك، الشاب والشاعر والرحالة الاسكتلندي الصغير، ومعاً افتتحا وأدارا مطعماً صغيراً وفندقاً مساحته ثمان غرف. كان العمل مضنياً والمجهود شاقاً، ما ترك لهما القليل جداً من الوقت ليقضياه معاً ومع طفلتيهما.



لنا بعد مرور ثلاث سنوات، قرر الزوجان ذوا الطفلتين أن الوقت حان للتغيير وبيع ما يملكانه. بموافقة أنيتا، سافر الزوج الرحال ليحقق حلمه في امتطاء ظهر حصان من مدينة بيونس آيريس في الأرجنتين إلى مدينة نيويورك الأمريكية!

في هذه الأثناء، كانت أنيتا بحاجة لعمل يشغل وقتها وتفكيرها، ويقيم أودها وبناتها، لكنها أصرت على عمل لا يشغلها عن رعاية بناتها. لنا قررت في عام 1976 وعمرها 33 سنة افتتاح محل لبيع مواد التجميل الطبيعية، ولأنها شبه مُعدة قررت صنع مواد التجميل هذه من أي وكل خامة سبق وخزنتها في مرآبها/جراجها، والتي جمعتها خلال أسفارها الكثيرة، وهي غالباً ما كانت مواد استعملتها النسوة -اللاتي قابلتهن في أسفارها - في شعائرن القبلية للتطهر والتزين.

جاء موقع المحل الأول في مدينة برايتون بجانب دار جنازات، وكان عدد أصناف البضاعة المعروضة للبيع وقتها 15 صنفاً، ومولت أنيتا ثمن هذه المغامرة التجارية برهنها لفندقها الصغير مقابل قرض قدره 6500 دولار.

لعبت الأقارب لعبتها وحبكت الظروف حيلتها، ففي الوقت الذي كانت أنيتا فيه تروج لموادها الطبيعية، كانت دول أوروبا تشهد صحوة اجتماعية تدعو لترك الصناعي والعودة للطبيعي، وحين قررت أنيتا طلاء جدران محلها -لتغطي شكله الخارجي البالي- باللون الأخضر التي لم تكن تملك لوناً غيره، كان اللون الأخضر هو اللون الرسمي الذي اختارته هذه الحركة الصحوية للعودة لكل ما هو طبيعي.

حين قررت أنيتا إعادة استخدام علب بلاستيكية مستعملة، قررت ذلك لضغط تكاليفها في البداية، ولم تكن نيتها إعادة التدوير لحماية البيئة. أرادت أنيتا افتتاح محلها الثاني، لكن البنك رفض طلبها قرصاً بقيمة 8000 دولار، ولنا راسلت زوجها تطلب إذنه في بيع نصف شركتها لصاحب محطة إعادة تمويل الوقود مقابل تمويل تكاليف المحل الثاني، لكنها قررت المضي في هذا الأمر قبل أن تصلها رسالة زوجها برفض هذه الفكرة.

قبل مرور عشرة أشهر كانت أنيتا قد افتتحت محلها الثاني في مدينة شيبستر، وحينها عاد زوجها من السفر في عام 1977 وقرر مشاركتها إدارة مشروعها. داعت شهرة ذا بودي شوب (محل الجسم) في جميع الأنحاء، وكان تفاعل المشترين كبيراً، حتى أنهم أرادوا بيع منتجات أنيتا الطبيعية في محلاتهم على هيئة فروع تحمل ذات الاسم.

الفاشلون هم أناس لم يدركوا
قربهم الشديد من تحقيق
النجاح حين يأسوا من المحاولة
(توماس إديسون).

حتى تلك الفترة كانت طريقة إدارة أي شركة
لضروعها الكثيرة تعتمد على أفراد العائلة والأصدقاء، ولم
يكن مصطلح منح حق الامتياز/التعهيد (Franchising)
معروفاً، بل يمكن الإدعاء بأن زوجها جوردون ابتدعه،
وكان المبدأ بسيطاً، فهما لم يطلبوا مقابل مادياً لاستخدام
الاسم التجاري، بل قدما التمويل اللازم لافتتاح كل فرع،
مقابل استخدام اسم ذا بودي شوب، ومنتجاته بالطبع.

قامت أنيتا بعمل مقابلات شخصية لكل من أراد الحصول على حق الامتياز، وهي كانت تطرح أسئلة مثل ما
اسم زهرتك المفضلة، وكيف تريد أن تموت، ولنا لا عجب أن أكثر من نجحوا في الحصول على هنا
الامتياز كانوا من النساء، وحتى اليوم! لم يحتج الأمر لكثير من الوقت حتى طرحت أنيتا في عام 1984
أسهم شركتها في البورصة، وأصبح اليوم لدى مشروع أنيتا أكثر من ألفي محل يخدمون أكثر من ثمانين
مليون عميل، في أكثر من خمسين بلد. هنا النجاح جعل ثروة أنيتا الخاصة تفوق أكثر من مائتي مليون
دولار.

تروي لنا أنيتا كيف أنها تكره شركات التجميل، التي كونت صناعة عملاقة تباع أوهاماً مستحيلة التحقيق،
عبر الكثير من الأكاذيب. تلك الشركات تخدع النساء وتسيء استغلالهن! هذه الرؤية هي التي تحكم فلسفة
العمل في "محل الجسم": تحقيق الأرباح عبر خلق تغيير اجتماعي وبيئي.

لم تبدل أنيتا أبداً الوعود بأن منتجاتها ستجعل عشرات السنين تزول من وجه أي امرأة، بل انتهجت أساليب غير
تقليدية في الدعاية والإعلان، فهي لم تنفق المال في الدعايات، بل كانت تطلق روائح منتجاتها العطرية عبر
الطرق المؤدية لمحلاتها لتجذب الزبائن.

ذات يوم سمعت أنيتا مدير دار الجنائز المجاور لها يشكو من أن نشاط أنيتا يضر بأعمالهم، فما كان من أنيتا
إلا وسرت الخبر الطريف إلى الجرائد، فتوافد الناس شغوفين لمعرفة ما هنا النشاط الذي سيضر بأعمال
الجنائز!

بعدها اعتمدت أنيتا على كلمات المديح والتجارب الناجحة وتوصيات العملاء الراضين عن مستوى منتجاتها.
عمد آل رويديك كذلك إلى دعم قضايا البيئة، فاستخدموا واجهات محلاتهم لدعم مجهودات منظمة السلام
الأخضر (جرين بيس) لوقف رمي النفايات السامة في بحر الشمال، وحملت دعاياتهم وأغلقت حقائبهم رسالات
دعم لإيقاف حملات صيد الحيتان ولحماية غابات الأمطار. على أن أهم دعاياتهم حتى اليوم كانت الدعوة
للتوقف عن تجربة جديد العقاقير على الحيوانات.

يتم انتقاء البائعين العاملين في محلات أنيتا بدقة فائقة، وهم يقضون شهراً من العام في العمل مع المعاقين من الأطفال، كما يُمنع البائعين من الهجوم على الزوار طمعاً في البيع لهم، فمن يريد أن يعرف عليه أن يسأل أولاً، على أن أغلفة المنتجات تغني عن طرح الأسئلة، من كثرة المعلومات المتوفرة فيها عن كل منتج، كما يُمنع استخدام أجساد ووجوه الفاتنات في بذل وعود بجمال لن يتحقق!

حصدت أنيتا خلال مشوارها العديد والكثير من الجوائز التشجيعية، وهي تنسب الفضل لزوجها في نجاحها، إذ وفر لها عبقرية مالية وإدارية أعانتها على تحقيق ما وصلت إليه. في عام 2003 منحت ملكة بريطانيا أنيتا لقب السيدة (Dame) تقديراً لجهودها ونجاحها.

في عام 2002 تنحت أنيتا عن منصب الإدارة، وخصصت ثمانين يوماً من السنة لتعمل فيهم كمستشارة تجميل في فروع محلاتها الكثيرة، بينما خصصت بقية أيام السنة للدفاع عن حقوق الأقليات والمضطهدين والمظلومين في كل مكان. اتخذت أنيتا قراراً ثورياً في ديسمبر 2005 بأنها لا تريد أن تموت غنية، ولنا قررت سلوك منهج تدريجي للتبرع بكامل ثروتها في سبيل رفع الظلم عن بني البشر في العالم كله.

الأم الثائرة كتبت الكثير من الكتب، وحدها ومع آخرين، لعل آخرها وأشهرها: العمل كما هو غير معتاد (Business as Unusual). لم تتوقف أنيتا عند هذا الحد، إذ أنها كذلك صاحبة مدونة تحمل اسمها وتضع فيها آخر أخبارها، ومقالاتها عن الحرية والظلم والسياسة وطُرق بدء المشاريع التجارية.

في 17 من شهر مارس 2006، اشترت مجموعة لوريال شركة ذا بودي شوب، بمبلغ 652.3 مليون جنيه إسترليني، مما أثار الكثير من الجدل، إذ أن لوريال مملوكة جزئياً لشركة نسلة، والتي كانت عرضة لحملة مقاطعة بسبب نوعية ألبان أطفال باعنها لأطفال دول العالم الثالث، ما يمثل تعارضاً مع ما قامت عليه ذا بودي شوب.

اكتشفت أنيتا إصابتها بفيروس التهاب الكبد الوبائي سي، والذي ترجح أن تكون حصلت عليه أثناء ولادتها أبنيتها الثانية، حيث كان شائعاً مشاركة الإبر الطبية وقتها بين المرضى، وتوفيت عن عمر ناهز 64 عاماً، في 11 سبتمبر 2007 على أثر أزمة قلبية.

24- عبد العزيز العنزي

أخطاء الآخرين هي مصدر للخبرة
دون ألم ، فالعمر لا يطول بنا
لنقترفها كلها.

عبد العزيز من مواليد ديسمبر 1981، وبسبب ظروف دراسة والده العسكرية، جاءت ولادته في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث قضى بها عاماً بعد ولادته، ثم رجع لموطنه الكويت، على أنه عاد لأمريكا مرة أخرى من أجل الدراسة الجامعية. لا ينكر عبد العزيز عن طفولته ما

يدل على ولعه بالتجارة أو نبوغه فيها، لكنه كان يراقب ويتابع ويتأمل أخبار الكثير من المشاريع التجارية الناجحة، والتي كان يعلم في قرارة نفسه أنه سيدخل معتركها في يوم ما.

يؤمن عبد العزيز أن الغربة مصانع الرجال، ولنا اختار الغربة ليطلب فيها العلم، وبالتحديد جامعة ساوث فلوريدا في مدينة تامبا، التي ذهب إليها بعد دراسة دامت سنتين في جامعة توليدو الواقعة في ولاية أوهايو. شكلت هذه الحقبة الولادة الحقيقية لعبد العزيز حيث فتحت عينه على الحياة، وتفجرت فيه روح المغامرة والتطلع لاستكشاف العالم الذي يعيش فيه.

بعض الشباب يتفاعل بشكل سلب مع الغربة، فلا يقدر الفرص التي سنحت له، وبدلاً من أن يضيف للحياة يصبح عبئاً عليها، على أن عبد العزيز الذي درس الهندسة أقبل بشغف على تجربته الجديدة، وتمتع بها واستفاد منها وتعلم الكثير، ما ساعده على أن يدخل معترك التجارة والمشاريع الخاصة.

يدين عبد العزيز لوالدته بالكثير مما تعلمه في شبابه، وهو نشأ على حب القراءة ومطالعة الكتب، ثم أضاف إلى ذلك حبه للكمبيوتر ومنه دلف إلى عالم إنترنت، ولكن نصيحة صديق هي ما دفعه لأن يخطو الخطوة الإضافية نحو مشروعه الخاص. بحكم الدراسة في الخارج، تعامل عبد العزيز مع عالم التجارة الإلكترونية، وهو كان زبوناً دائماً لأكثر من متجر إلكتروني، ولنا لم تحتاج الفكرة لأكثر من شهرين حتى تختتم في رأس عبد العزيز، وبدون دراسة الجدوى أو السوق، اعتمد عبد العزيز على حدسه الداخلي وقرر أن يبدأ العمل على الفور، فشيء بداخله استمر يؤكد له أن فكرته ناجحة بلا شك.

استلزم الأمر قضاء شهرين في برمجة موقع المتجر الإلكتروني كتابي.كوم وإعداد الرسوم الدعائية والمنشورات التسويقية، لكن أشد العوائق كانت الأوراق الرسمية التي كانت كافية لتصد أشد الحالين آمالاً، لكن إرادة عبد العزيز كانت أقوى من البيروقراطية الكويتية.

جاء ميلاد الموقع الفعلي وبدء العمل فيه في العاشر من شهر مايو 2006، وجاءت إرهافات النبوغ متمثلة في عدد قليل من الأيدي العاملة، ووسائل تسويق ذات مردود كبير وتكاليف قليلة، وساعده أن تحدثت عن مشروعه جريدتان يوميتان كويتيتان، فباع الموقع جميع مخزون الكتب الأولي الذي بدأ به. لدى عبد العزيز

أفكار توسعية كثيرة، فموقعه الحالي يدعم العربية والإنجليزية، ويخدم السوق الكويتية من داخلها، ولا يتطلب السداد عن طريق البطاقات الائتمانية فقط، كما يبذل الوعود بالتسليم خلال يومين فقط من تاريخ طلب الشراء، ويعمل الموقع على مدار الساعة وخلال أيام الأسبوع كلها.

يشترى متجر عبد العزيز الكتب من داخل الكويت، لكنه ينوي الشراء من خارجها، ومنها توسيع نطاق خدماته من حدود الكويت إلى خارجها، ومن خدمات البيع إلى خدمات النشر، ومن دعم اللغتين العربية والإنجليزية لدعم المزيد من اللغات المنتشرة في دول الخليج العربي، ومن التعامل في الكتب إلى غيرها، ومن شركة خاصة لشركة مساهمة تطرح أسهمها في البورصة الكويتية.

قرأ عبد العزيز أكثر من نصف الكتب التي يتاجر فيها، وهو يختار المعروض منها في متجره بنفسه، وهو تأثر في حياته بالأمريكي دونالد ترامب الذي يراه شخصية تجارية بحثة تعرف الفرص الحقيقية وتهب لاقتناصها، وعلى المستوى العربي الشيخ محمد حاكم دبي الذي يراه سابقاً للزمن، والوليد بن طلال الذي تعلم منه العمل المتواصل وعدم الاستسلام.

من ضمن هوايات عبد العزيز مشاهدة الأفلام الكوميديّة، مرد ذلك أنه يرى حياته يغلب عليها الجد والصرامة، ولذا جاء رده على سؤالي له عما إذا كان تشابه اسمه مع اسم أكثر المطلوبين في السعودية قد سبب له أي مشاكل حتى الآن، فجاء رده أنه لا يعرف شيئاً عن ذلك، لكن ما يعرفه هو أنه من أهم المطلوبين من قبل الفتيات. لا زال عبد العزيز يداوم في وظيفته النهارية، ولا زالت أفكاره التوسعية تسير بوتيرة هادئة، لكنه يبدو مؤهلاً بقوة لبلوغ هدفه.

25- أيمن راشد، اطلب.كوم

جاءته الفكرة أثناء سفره مع أهله من القاهرة للإسكندرية، بعد أسابيع قضاها مع أصدقائه يفكر في مشروع تجاري يبدأ به، وهي فكرة إنشاء موقع على إنترنت يمكن لمن يزوره طلب وجبات غنائية سريعة بنظام التوصيل للمنازل من سلاسل المحلات الشهيرة المتوفرة، وبعد سبعة أشهر من البدء في موقع اطلب.كوم، باع أيمن راشد وشريكه مشروعهما الحالم، بمبلغ كبير مكن الاثنين من إنشاء كل منهما لشركته الخاصة، على أن أيمن ليس في حلٍ من ذكر المبلغ الذي باع به موقعه.

نال والد أيمن شرف الشهادة في حرب الاستنزاف مع إسرائيل، بعد شهور قليلة من ولادته، ما أكسبه الاعتماد على النات، وجعله الرجل الذي تستطيع الاعتماد عليه. جاءت فترة الطفولة عادية مثل أقرانه، قضاها في ممارسة الألعاب الرياضية والخروج مع الأصدقاء. اشتهر أيمن بنبوغه الدراسي، واعتاد أن يكون من الأوائل خلال مشواره الدراسي وحتى بعد التخرج.

التحق أيمن بكلية الهندسة، وتخصص في الهندسة المدنية، وحالت ظروف طارئة عن حلوله من الأوائل على دفعته، ما أفقده فرصة اختيار كمعيد، لكنه مضى في طريق الدراسات العليا، والتي تعرف أثناءها على ذلك الاختراع الجديد، الحاسوب، والذي كان بدايئاً محدود الإمكانيات وقتها.

أثناء تلك الفترة كانت الحكومة المصرية تمضي في خطوات جادة لتدريب اللامعين من المهندسين على البرمجة باستخدام الكمبيوتر، فما كان من أيمن إلا والتحق بهذا البرنامج، وأثبت فيه نبوغاً أوصله لكي يعمل بنات مركز التدريب بعد إكماله لمنهج التدريب. لم يقف استعداد أيمن العلمي عند هنا الحد، إذ شرع في الإعداد لنيل شهادة MBA ضمن الخدمات التي كان يقدمها مركز التدريب الذي عمل به، وحصل عليها في وقت قصير.

ركز أيمن في عمله البرمجي على استخدام تطبيق ToolGen ما جعل فرص العمل بالخارج تراوده هو وأقرانه، وهو اختار منها فرصة العمل في مدينة الرياض بالسعودية، كثاني اثنين في شركة ناشئة، عمدت لبيع ونشر ذات التطبيق الذي احترفه الراشد. هذه الوظيفة أكسبته خبرة كبيرة على مستوى التعامل مع الشركات الدولية، والتسويق والمبيعات، وإدارة الأعمال الناشئة.

بعد مرور سنة ونصف قضاها في الغربية، قرر أيمن أن وقت العودة للوطن قد حان، خاصة بعد أن وهبه الله طفلته الأولى، ومثل هذه القرارات تتطلب رسم فكرة عامة لما ينوي عمله بعد العودة؛ هل سيعود لعمله السابق، أم سيغير مساره، أم سيبدأ عمله الخاص؟

الخبرة ليست ما يحدث للمرء.
بل ما يفعله المرء بما حدث له.

كان لدى أيمن قناعة بأن زمن عمله لدى الغير قد ولى، وأن عليه بدء عمله الخاص به، لكن كيف وأين، وما الذي يمكن له تقديمه من جديد للعلاء المحتملين؟

أثناء هذه الفترة من التفكير، وأثناء قيادته لسيارته على الطريق الصحراوي متجهاً إلى مدينته؛ الإسكندرية، خطرت له فكرة المليون: موقع اطلب لطلب وجبات الطعام بنظام التوصيل للمنازل من على شبكة إنترنت. عرض أيمن الفكرة على العديد من الأصدقاء، الذين لم يبدوا الاستجابة التي كان يتمناها، حتى تحمس له صديقه وشريكه فيما بعد، وبعد الاتفاق على الأساسيات، كان تأسيس الشركة والبدء في تدشين اطلب.كوم

كل فكرة ناشئة تحتاج لبعض المال، ولنا وضع أيمن كل مدخراته من سنوات الغربة، وشرع هو في البرمجة، وشريكه في إعداد اللازم من التجهيزات والكمبيوترات. يرى أيمن بأن أصعب المشاكل التي تواجهها المشاريع الناشئة هي العثور على القوى البشرية الملائمة والمناسبة، ثم الحفاظ عليها. كان أحمد قطب هدية السماء للثنائي المغامر، إذ تعرفا عليه من خلال أحد أصدقائهما، وكان خريجاً حديثاً، لكنه أذهلهما بإخلاصه لفكرة المشروع، واهتمامه به كما لو كان مشروعه هو الخاص.

اعتمد اطلب.كوم على نموذج للربح قائم على تحصيل نسبة 5% من كل طلب يمر عبر الموقع. وبعد مرور سبعة أشهر على إطلاق موقع اطلب، قرر الثنائي قبول العرض المقدم لهما لشراء الموقع، فخلال هذه الشهور السبع (منها شهران تشغيل تجريبي، وشهر رمضان) لم تبدأ العجلة في الدوران بالسرعة المطلوبة، وكانت الطلبات ليست بالرقم الكبير الذي يجعل الحسابات الختامية ترفل في الأرباح.

رغم رفض أيمن المستمر للإفصاح عن الرقم الذي تم به بيع الموقع، لكنه يؤكد أن كان كبيراً جداً - بالمعايير المصرية- مما أتاح له ولشريكه أن يبدأ كل منهما شركته الخاصة. بعد هذه الصفقة الموقفة، أطلق أيمن موقع كورسات.كوم، وهو موقع ديناميكي يعتمد على تزويد مراكز التدريب والمدربين للموقع ببياناتهم، ليقوم زوار الموقع باختيار الملائم منها ثم يتصلون عبر الموقع بمراكز التدريب هذه.

على أن الرياح لم تأت بما اشتهاه أيمن، فلقد فشل الموقع بشكل غير متوقع. يرد أيمن هنا الإخفاق لكون الفكرة كانت سابقة جداً لوقتها، وأنه لو عاد وطبقها اليوم، أو بعد بضع سنين من الآن، لحققت النجاح الذي أرادها لها، ولعل لهذا السبب لم يرفع أيمن الموقع من على إنترنت حتى اليوم.

تعلم أيمن من هنا الدرس، ولنا قرر عدم الاعتماد على مصدر دخل وحيد لشركته، فقرر التركيز على برمجة تطبيقات حسب رغبات الزبائن، من قواعد بيانات وحتى تصميم مواقع على شبكة إنترنت.

أقر أيمن -عند سؤالي له عما إذا كان قد قام بأي دراسات سوق قبل إطلاقه لموقع اطلب- أنه لم يكن يهتم بمثل هذه الأمور، فالفكرة كانت متمكنة منه بشكل عميق جداً، فلم يكن أمامه سوى أن ينفذها.

اعتمد اطلب.كوم على تحصيل النقود عند التسليم، وهذا هو الكابوس الذي يتهدد المواقع العربية التي تعتمد على مثل هذه أفكار، مثل الطلبات المزيفة، والعناوين الناقصة، وغير ذلك. كان للموقع نصيبه من هذه المشاكل، لكن فريق العمل كان يبدع دائماً في طرق حل المشاكل، مثل الاتصال بالعميل لتأكيد الطلب، والاهتمام بعمل قائمة سوداء، وبمرور الوقت اكتسبوا خبرة مكنتهم من معرفة الطلبات المزيفة من الحقيقية بمجرد رؤيتها، إنها مثال المشاكل التقليدية التي ستواجه كل من يبدأ عمله الخاص.

من أكبر مشاكل مواقع التجارة الإلكترونية العربية طريقة تحصيل النقود من المشتريين، وفي حالة السوق المصري نجده يخطو خطواته الأولى، فهناك قرابة ثلاثة بنوك مصرية أصبحت تقبل طلبات الشراء من خلال بطاقات الائتمان عبر إنترنت، رغم أن أيمن جد مقتنع بأن عدد حاملي مثل هذه البطاقات في مصر لا زال محدوداً جداً، لكن المستقبل يبدو واعداً، فحال السوق المصري والعربي إلى نمو ونضوج وزيادة.

يرى أيمن أن فشل مواقع عربية كبيرة مثل عربية.كوم (أرابيا) مرده عدم وجود رؤية واضحة لمثل هذه المواقع، فموقع عربية كان ضمن من يريدون شراء اطلب، لكن أصحاب الموقع كانوا ينفقون النقود يمناً ويسرة كما لو كان موقعاً عالمياً، في حين أن مصادر دخله كانت محدودة للغاية، ما جعل رصاصة الرحمة تصيبه في النهاية، هو وغيره من المواقع العربية الأخرى التي ملئت الدنيا ضجيجاً.

يرفض أيمن فكرة توسعة شركته الحالية التي تضم قرابة 20 من شباب العاملين، عبر تحويلها لشركة مساهمة مطروحة في البورصة، كما لا يرى أي حاجة لضم شركاء مستثمرين معه، فهو يحب الخطى الهادئة المحسوبة. لم يشاركني أيمن أفكاره التوسعية المستقبلية، لكن مشروعه الأخير صورتك.كوم يخطو بخطى ثابتة، فلقد تعلم أيمن من النجاحات والإخفاقات السابقة.

أفكار عملية لمشاريع تجارية

الآن، وبعد كل هذه القصص الناجحة، حتماً تملؤك الحماسة لأن تبدأ قستك أنت، لكنك حائر - في أي طريق تسير؟ حتى لا أتركك عطشاناً في نهر الأمل، إليك بعض الأفكار التي يمكنك أن تبدأ بها عملك الخاص، وقصة نجاحك أنت.

1- الاتجار في الأشياء المستعملة

سواء كنت تعرف أم لا، لكن هناك الكثيرون الذين يريدون التخلص من أشياءهم المستعملة، ولا يحتاج الأمر منك سوى البحث عن بعض المواقع التي توفر مثل هذه الخدمات، وإن لم تكن موجودة فأسس أنت موقع يخدم هنا الغرض، وابحث في المنتديات عن من لديه أشياء لا يريها (إذا كان المنتدى ليس لديه مثل هنا القسم فاقترح على الإدارة إنشائه)، وابدأ البحث عن من هو في حاجة لها.

احرص في البداية على بناء سمعة طيبة لك، ولا تتعجل الربح، وابحث عن مصادر تحصل منها على المستعمل، ومصادر تصرف فيها هنا المستعمل، مع تأمين نسبة ربح هامشية لك. بعض المواقع التي تعينك على ذلك موقع سوق souq.com وموقع إعلان ومستعمل وغيرها، وكذلك المنتديات، وبعض أهم الأشياء المستعملة المتداولة هي الهواتف النقالة ومستلزماتها.

2- التدريب على استعمال برامج الكمبيوتر

هل ترى نفسك خبيراً في ويندوز، أم أن محاولاتك لتثبيت لينوكس قد عادت عليك بالخبرة التي يمكنك الآن أن تستغلها في تعليم الآخرين؟ لا تظن الأمر صعباً، فأنا مثلاً اضطررت لتدريب جماعة من خمسة أشخاص أسبان في القنصلية الأسبانية على استعمال برنامج لوتس 123 الشهير باللغة الأسبانية، وكنت أظن الأمر كارثياً في البداية، لكن الأمر استلزم كتاباً يشرح هنا البرنامج، وبعض التجارب وبعض الثقة في النفس.

الكابوس الذي يشغل بال جميع من يقومون بالتدريب هو ماذا لو سألهم المتدربون سؤالاً لا يعرفون إجابته، ودعني أؤكد لك أن الأمر يتكرر ملايين المرات كل يوم حول العالم، وهل تظن فعلاً أن جميع أعضاء التدريس يعرفون كل الإجابات؟ الحل السحري هو أن تجيب أننا لم نصل بعد لهذه النقطة، وأنتك ستجيب عن السؤال في حينه، أو أنك لا تريد الحياض عن منهج التدريب.

أحرص على معرفة الإجابة لهذا السؤال، ومع مرور الوقت ستجد هذه الأسئلة المحرجة تتكرر، وأنت قد أصبحت محترفاً دون أن تدري وبت تعرف الإجابة لكثير من الأسئلة، فقط أحرص على الحفاظ على ثقتك بنفسك، وتعرف على سبل جذب انتباه من تحاضرهم، واصبر وتحمل وستكون العواقب جميلة.

لا تنس أن رسول الله صلى الله عليه وسلم حين كان يُسأل عن أشياء لا يعلمها كان لا يتحرج من القول بأنه سينتظر نزول الوحي بالإجابة. تذكر دائماً - قول "لا أعرف" ليس عيباً.

3- الكتابة والترجمة

هل لديك خبرة كافية في أي مجال لملء صفحات كتاب متوسط الحجم؟ هل أسلوبك في الكتابة مقبول ولا يشعر قارئك بالتأؤب وهجوم النوم عليه نتيجة قراءته لما كتبت؟ إذا أنت مشروع كاتب لامع ينتظر الفرصة ليبرز نجمه.

كان أجدادنا المسلمون العرب يكتبون المئات من الكتب، وحركة النهضة الإسلامية بدأت من ترجمة أمهات الكتب إلى العربية. إذا كنت ضعيف الأسلوب فلديك الكثيرون من خريجي كليات اللغة العربية والذين سيسعدون لتدقيق كتاباتك في مقابل مالي زهيد، ثم تستطيع بعدها البحث عن أرخص السبل للطباعة -بعد حصولك على التراخيص اللازمة- وتقوم بالطباعة ثم تتولى بنفسك توزيع كتابك في الأسواق.

الكثيرون سلكوا هذا السبيل، مثل مؤلفة قصة هاري بوتر التي كانت لتوها نالت الطلاق وتعمل لتعول ابنها، وهي كتبت قصة هاري بوتر الأولى وهي تركب مترو الأنفاق وأثناء استراحات الغناء، ولم يتوفر لها الورق دائماً للكتابة، فكانت تكتب على ورق المحارم والمناشف، ثم لما انتهت رفضتها قائمة طويلة من دور النشر، حتى رضت بها دور نشر متواضعة في النهاية.

إذا لم تكن مُبدعاً يمكنك دائماً ترجمة أمهات الكتب الأجنبية إلى العربية، أو الاتفاق مع المؤلفين لترجمة كتبهم إلى العربية. يمكنك كذلك نشر كتبك إلكترونياً على شبكة إنترنت. هل تجد صعوبة في القيام بكل هذا؟ زر موقع لولو Lulu.com الذي يوفر لك كل شيء وما عليك سوى تحميل كتابك بصيغة PDF وبدء الدعاية لكتابك في المنتديات وبين الأصدقاء.

4- بيع المشروبات الخفيفة والساخنة

لا أعرف عن سبيل تنظيم مثل هذه النشاطات في بلدك، لكن ما أعرفه هو أن نسبة ربح بيع كوب شاي أو قهوة واحد تتراوح ما بين 50% إلى 60%، وعليه كل ما تحتاجه هو تجهيز ماكينة صنع القهوة وسخان مياه لصنع الشاي (ولربما ثلاثية صغيرة لبيع المرطبات) وتستعين بصديق لقضاء يوم في بيع المشروبات في مباراة كرة قدم أو تجمع شبابي في جامعة أو مناسبة أو معرض كتاب.

يحتاج الأمر لموافقة الجهات المختصة وهنا أمر ممكن الحدوث. هنا المجال غني باحتمالات النمو الإيجابية ويمكنك منه الدخول لمجالات أكبر وأوسع.

5- تصميم نماذج الفانلات

هل لديك مهارة التصميم الفني؟ هل تعرف أحداً يملك هذه الموهبة؟ كل ما عليك هو العثور على مورد فانلات قطنية ذات جودة طيبة، وتضع تصميمات لا مثيل لها وتطبعها على هذه الفانلات، ثم تبيعها. لنأخذ مثلاً مباراة بين قطبي الدوري العربي، وتضع صورة الهدف العربي المغوار، أو لربما صورة المغني الحالم أو المغنية الطروب، مع الأخذ في الاعتبار مسائل الملكية الفكرية.

هل تجد صعوبة في العثور على من يمدك بكل هذه الأشياء؟ زر موقع لولو Lulu.com حيث يوفر لك كل شيء وما عليك سوى تحميل رسوماتك الفنية ليطبعها الموقع على الفانلات وعلى نتائج الحائط وعلى فناجين القهوة والشاي، ثم تنشئ متجرك الإلكتروني وتبيع عبر شبكة إنترنت للأصدقاء. لا تنس أن مشجعي الأبيض والأحمر والأخضر موزعين حول العالم، ولنا ففائمة عملائك لا تنحصر في بلدك وحسب.

6- المدرب الشخصي

هل عضلاتك مفتولة؟ هل جسمك متناسق يعرف كيف يحارب ترهلات الدهون؟ يعاني نسبة كبيرة من الشعب العربي من تزايد نسبة الدهون في أجسامهم، ما جعل صناعة إزالة الدهون رائجة للغاية، سواء كان ذلك عن طريق التدريبات الرياضية أو عن طريق العمليات الجراحية. كل ما تحتاجه هو معرفة القواعد الطبية والصحية لتسخين العضلات وأداء التدريبات الرياضية، وبعدها يمكنك أن تنهب إلى أماكن العملاء لكي تتدرباً معاً في أماكن عملهم، فإذا كان العميل ليس لديه الوقت لينهب إلى صالة التدريبات، فليذهب المدرب بنفسه إليه.

7 - مدرب اليوجا وتاي تشي

مع تزايد الضغط العصبي اليومي الذي يواجهه الملايين من الطبقة العاملة الكادحة ذوي الياقات البيضاء والزرقاء على حد سواء، زاد معه الطلب على المدربين النفسيين على فن الاسترخاء وفن مواجهة الضغوط العصبية اليومية، ومنها إلى ممارسة رياضة اليوجا والتاي تشي.

إذا كنت تملك أعصاباً من حديد لا تلين، وتحب القراءة في علوم الطب النفسي وفنون الاسترخاء وتنشيط القوى الداخلية، فأنت مرشح بشدة لتكون مدرب نفسي على الاسترخاء. ربما ستنتظر بعين الاستهزاء والسخرية لهذه الفكرة، لكن نظرة واحدة على أرقام إحصائيات بيع الأدوية المهدئة وأدوية معالجة الاكتئاب النفسي، وأرقام مرضى الانهيار العصبي في عالمنا العربي، وستعرف بعدها أنك تقف أمام كنز صغير.

اقتناء الكتاب المطبوع



إذا أعجبك هذا الكتاب الذي قرأته، وأردت الحصول على نسخة مطبوعة منه، أو إهدائها إلى من تراه سيستفيد من قراءة كتاب كهنا، فيمكنك ذلك عبر شراء الكتاب المطبوع من موقع لولو الأمريكي، باستخدام بطاقات الائتمان (فيزا، ماستر كارد).

يبلغ سعر بيع الكتاب 7 دولارات ونصف، بالإضافة إلى متوسط تكلفة شحن 5 دولار، ليكون الإجمالي قرابة 45 درهم/ريال.

رابط الشراء من موقع لولو:

<http://www.lulu.com/content/777706>

كتب أخرى للمؤلف:

365 مقولة في النجاح



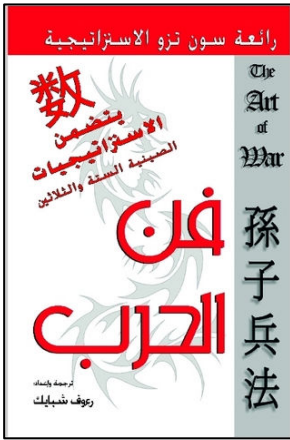
يعيش المرء حياته كلها، ليتعلم حكمة أو اثنتين، يوجزها في مقولة أو اثنتين، يسجلها له التاريخ، ويتناقلها الناس، ليتذكروها دائما، وليكملوا من حيث انتهى من كان قبلهم. هذه الكلمات تسميها مقولات، وتلك التي تكون من القوة بمكان، ترتقي لتصبح أمثالا شعبية.

من حين لآخر، يحتاج الواحد منا لسماع هذه المقولات، خاصة الإيجابية التحفيزية منها، ذلك أن ذاكرة الإنسان تتسرب منها المعلومات بمعدل بطيء، ولذا نحتاج في كل حين لإعادة شحن بطاريات الأمل والتفاؤل في نفوسنا، ولذا نحتاج لمثل هذا الكتاب الذي حاولت فيه جمع أفضل ما وجدت من مقولات التحفيز والنجاح.

سعر الكتاب: 10 دولار

رابط الشراء من موقع لولو: <http://www.lulu.com/content/2264896>

فن الحرب (+ الاستراتيجيات الصينية الـ36)



يشتمل كتاب "فن الحرب" على ستة آلاف جملة، ضمن 13 باباً، يجسد خلالها الأفكار العسكرية لمؤلفه سون تزو، واحتوى كذلك من بعده على شرح وتعليق من كبار القادة العسكريين الصينيين الذي تلووا سون تزو. حمل كتاب فن الحرب لقب "أول كتاب عسكري قديم في العالم"، وكذلك "الكتاب المقدس للدراسات العسكرية"، وأُستخدمت الأفكار النظرية والأفكار الفلسفية للكتاب في شتى المجالات العسكرية والسياسية والاقتصادية وغيرها بصورة واسعة.

حين تقرأ أن قيادة القوات الأمريكية حرصت أثناء ذهابها إلى حرب الخليج الأولى على أن يحمل كل جندي أمريكي نسخة من كتاب فن الحرب،

وأن الإستراتيجية الحربية الأمريكية "الصدمة والترويع" التي دشنها الخبير العسكري هارلمان أولمان حين نشر كتابه Shock and Awe: Achieving Rapid Dominance في عام 1996 مبنية على مبادئ كتاب فن الحرب، تلك الإستراتيجية التي انتهجتها الولايات المتحدة في حرب الخليج الثانية، ومن بعدها إسرائيل في عدوانها على الحق العربي، بعد كل هذا ستحتاج لقراءة هذا الكتاب لتتفهم كيف تتم صياغة مستقبل العالم.

سعر الكتاب: 15 دولار

رابط الشراء من موقع لولو: <http://www.lulu.com/content/340716>