



one QUICK!
3 FEET



Tytuł oryginału: Anything You Want
Tłumaczenie: Katarzyna Rojek

ISBN: 978-83-246-4875-7

© 2011 Derek Sivers.
Domino Project.
Published by Do You Zoom, Inc.

Originally published in the United States by Amazon Content Services LLC, 2011.
This translation made possible under a license arrangement originating with Amazon Publishing.

Polish edition copyright © 2013 by Helion S.A. All rights reserved.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Wydawnictwo HELION dołożyło wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Wydawnictwo HELION nie ponosi również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/cotyze>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

NIE TOLERUJE SIĘ NAGABYWANIA! TOALETA
TYLKO DLA KLIENTÓW!

KAŻDY, KTO POGWAŁCI REGULAMIN,
ZOSTANIE PODANY DO SĄDU.

Pewnie trzeba by przytulić biednego właściciela restauracji: za każdym razem, gdy ktoś go zdenerwuje, jest gotowy karać wszystkich klientów.

Jako sześciolatek chodziłem do małej, bardzo surowej szkoły w Abingdon w Anglii. Na początku roku ktoś rozlał sok grejpfutowy. Zabroniono więc picia soku grejpfutowego do końca roku. Później ktoś rozlał sok pomarańczowy, zabroniono więc także picia soku pomarańczowego. Ostatecznie wolno nam było pić tylko wodę.

Wiele lat temu pewien pasażer na pokładzie samolotu próbował podpalić sobie buty. Obecnie — do odwołania — miliony ludzi dziennie muszą się tłoczyć w kolejkach na lotnisku, aby ściągnąć buty, a wszystko z powodu jednej głupiej sytuacji.

Gdy ktoś wkurzy Ciebie jako właściciela firmy, wówczas możesz odczuwać pokusę przygotowania bardzo obszernego regulaminu, który będzie miał zapobiegać temu, by ktoś nie wkurzył Cię ponownie.

Pewien pracownik nie umie się skoncentrować i spędza dużo czasu, surfując po internecie. Zamiast po prostu zwolnić tę osobę albo zlecić jej bardziej wymagające zadania, firma instaluje drogi filtr, który ma przeciwdziałać temu, aby w przyszłości nikt już nie wchodził samowolnie na niepożądane strony internetowe.

Ważne jest, by opierać się tego rodzaju prostackim, gniewnym i złośliwym odruchom karania wszystkich dookoła, a umieć się zdystansować i spojrzeć na daną sytuację w szerszym kontekście.

Gdy odczuwasz złość, wówczas skupiasz się wyłącznie na tej jednej okropnej osobie, która wyrządziła Ci krzywdę. Nie rozumiesz trzeźwo. Zaczynasz myśleć, że wszyscy ludzie są okropni, a cały świat sprzysiągł się przeciwko Tobie. Jest to zdecydowanie fatalna chwila na tworzenie nowego regulaminu.

Jeżeli jeden klient zachowuje się źle, przypomnij sobie, że setki tysięcy innych klientów nie postępują w taki sposób.

To szczęście mieć własną firmę. Życie jest dobre.

Nie jesteś w stanie zapobiec złym rzeczom. Możesz jednak nauczyć się je lekceważyć.

Opieraj się odruchowi karania wszystkich za błąd jednej osoby.

Człowiek z krwi i kości — taki jak Ty

Moja znajoma Sara od 12 lat prowadzi firmę internetową, której siedziba mieści się w salonie. Ta firma to całe życie Sary. Wszystko, co się wiąże z firmą, Sara bierze bardzo do siebie.

W minionym tygodniu jeden z klientów przysłał długi na dziesięć ekranów, zjadliwy e-mail, w którym skrytykował Sarę, nazwał ją pseudoartystką, obrzucił wieloma innymi obelgami, a także zagroził, że poda ją do sądu, aby odebrać wszystko, co posiada, za karę za to, iż został okłamany przez innego klienta.

Zdruzgotana Sara wyłączyła komputer i się rozplakała. Wyłączyła też telefon i zamknęła sklep na cały dzień. Spędziła weekend w łóżku, rozważając, czy nie zlikwidować firmy. Zaczęła nawet myśleć, że być może wszystkie epitety z listu klienta są prawdziwe i że faktycznie jako artystka nie ma nic wartościowego do zaproponowania — nawet po 12 latach działalności.

W niedzielę Sara spędziła około pięciu godzin (większość dnia), starannie się ustosunkowując do każdego z punktów zawartych w dziesięcioekranowym e-mailu. Następnie przejrzała dokładnie stronę internetową klienta, aby przekazać mu szereg rad, sugestii i kontaktów. Ostatecznie postanowiła zwrócić klientowi pieniądze, a także dodać 50 dolarów i egzaltowane przeprosiny za to, że zdenerwowała kogoś, komu starała się uczciwie pomóc.

Następnego dnia zadzwoniła do klienta, aby porozmawiać z nim o zaistniałej sytuacji.

Ten zaś radośnie przywitał Sarę i powiedział: „Ach, proszę się tym nie przejmować! Nie zezłościłem się aż tak. Miałem po prostu zły humor. Nie sądziłem, że ktokolwiek przeczyta ten e-mail”.

Moja znajoma Valerie z kolei korzystała z internetowego serwisu randkowego.

Nie była do tego przekonana. Pragnęła magicznym sposobem poznać mężczyznę doskonałego, który zrzędzeniem opatrności powaliłby ją na kolana.

Siedzieliśmy właśnie przy komputerze Valerie, kiedy zapytałem, jak jej idzie. Zalogowała się na swoje konto w serwisie randkowym i pokazała mi skrzynkę. Znajdowało się tam osiem e-maili. Ich autorzy pisali, że to i to podoba im się w jej profilu, że mają takie samo hobby w postaci wycieczek pieszych, że również znają niemiecki, i pytali, czy ona też była w Berlinie albo włączyła się po Nowej Zelandii.

Zrobiło mi się żal tych facetów: każdy z nich otwierał się szczerze, wiązał z Valerie pewne nadzieje i wierzył, że otrzyma równie entuzjastyczną odpowiedź i że adresatka okaże się właśnie tą kobietą, która wreszcie dostrzeże go i doceni.

Valerie stwierdziła: „Obrzydliwe. Nieudacznicy. Dostaję po 10 takich e-maili dziennie”. Następnie bez odpowiadania nadawcom skasowała wszystkie wiadomości.

Gdy krzyczymy na nasz samochód albo na nasz ekspres do kawy, nic złego się nie dzieje, ponieważ są to tylko maszyny.

Gdy zaś krzyczymy na stronę internetową albo na firmę — za pośrednictwem komputera bądź telefonu — zapominamy o tym, że mierzymy nie w maszynę, ale w człowieka z krwi i kości.

Jest w tym coś nieludzkiego, że w ten sposób przez ekrany naszych monitorów przewijają się tysiące ludzi — lecz z tego właśnie powodu zdobywamy się jednak na takie działania, których nigdy byśmy nie podjęli, gdyby dany człowiek siedział obok nas.

Zbyt trudno jest pamiętać o tym, że za każdym komputerem siedzi człowiek z krwi i kości, bardzo podobny do Ciebie, który w zeszłym tygodniu obchodził urodziny, który ma troje fantastycznych przyjaciół, ale nie ma kogo przytulać w nocy — i którego bezpośrednio dotyczy to, co do niego mówisz.

Być może pamiętasz o tym w tej chwili, ale czy będziesz pamiętać o tym w momencie, gdy coś Cię przytłoczy? A może już nigdy o tym nie zapomnisz?

Za niezrozumiałe komunikaty należy się kara

Otrzymywanie e-maili, w których klienci dają upust złości, stanowi najlepszy trening w budowaniu jasnych i zrozumiałych komunikatów.

CD Baby miało około dwóch milionów klientów.

Gdy napisałem e-mail do wszystkich klientów, a on okazywał się nie dość jasny, wówczas otrzymywałem 20 tysięcy odpowiedzi

od zdezorientowanych osób. W konsekwencji moi pracownicy odpisywali na e-maile przez cały kolejny tydzień, co kosztowało mnie 5000 dolarów — i spadek morale.

Nawet jednak gdy napisałem zrozumiałą e-mail, lecz ten się składał z więcej niż paru zdań, które miały coś wyjaśnić, otrzymywałem tysiące odpowiedzi od ludzi, którzy nigdy nie czytają więcej niż pierwszych kilka zdań listu.

Pisanie e-maila do klientów — polegające na starannym usuwaniu każdego zbędnego słowa oraz na takim redagowaniu zdań, aby nie zostały błędnie zrozumiane — zabierało mi cały dzień.

Jedno niejasne zdanie? Natychmiastowa kara w wysokości 5000 dolarów. To boli!

Niestety, osoby, które tworzą strony internetowe, nie otrzymują tego rodzaju informacji zwrotnych.

Jeżeli witryna jest nie dość przejrzysta, jej twórcy natykają się na... ciszę. Dużo klikania, ale żadnych działań.

Widuję nowe strony internetowe, które mają wyglądać olśniewająco i które są naszpikowane setkami nadętych, zbędnych zdań.

Martwię się tym, że ludzie tworzący takie witryny nie doświadczają bólu, który towarzyszyłby wysłaniu e-mailem tysiącom ludzi tekstu ze strony internetowej, co pozwoliłoby bezpośrednio pojąć, w jak dużym stopniu okazał się on niezrozumiałą albo jak często był w ogóle pomijany.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



- 1. ZAREJESTRUJ SIĘ**
- 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI**
- 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ**

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

APETYT NA ŻYCIE

Nie odnajdujesz się w starych, skostniałych modelach prowadzenia interesów?

Masz głowę pełną pomysłów, które nie mieszczą się w żadnym pudełku?

Nie interesują Cię stres i całodobowa gonitwa za kasą?

Ta książka to lektura obowiązkowa dla każdego, kto już jest przedsiębiorcą lub dopiero chce założyć własną firmę. Oto uskrzydlająca i pełna nadzwyczaj trafnych spostrzeżeń opowieść przedsiębiorcy, który stworzył wielomilionowy biznes z niczego. Nie ma przeszkód, żebyś i Ty powtórzył jego sukces. Zaczniij już teraz!

Trudne warunki rynkowe to słaba wymówka. Jeśli przepełniają Cię pasja oraz energia i chcesz zrobić coś, co da Ci mnóstwo satysfakcji, a przy okazji zapełni Twoje konto — ruszaj do boju! Niech nic i nikt Cię nie powstrzyma!

Obawa, że Twój pomysł nie wypali, to również marny wykręt. Twój pierwszy pomysł stanowi tylko jedno z wielu możliwych rozwiązań. Żadna firma nie działa tak, jak początkowo przewidywał jej właściciel, dlatego warto opracować skrajnie różne scenariusze, być elastycznym i korzystać z nadarzających się okazji.

Brak pieniędzy to też żadne wytłumaczenie. Tak naprawdę realizacja Twojego pomysłu nie wymaga nakładów finansowych. Załóż firmę w taki sposób, jakby nie zależało Ci na zyskach — a pieniądze najpewniej same Cię znajdą.

Cokolwiek robisz, to Twoje dzieło, niech więc będzie ono spełnieniem TWOICH marzeń.

książki **klasy**business

nr katalogowy: **5277**



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



Zamówienie telefoniczne:
0 801 339900



0 601 339900

one
prasa

Szukasz najnowsze promocje:
☉ <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
☉ <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
☉ <http://onepress.pl/nowosci>

Hebels SA
ul. Koźłuski 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

THE
DOMINO
PROJECT

ISBN 978-83-246-4875-7



9 788324 648757

Cena: **29,90 zł**