

JAK ZOSTAĆ CEO

W serii „Recepta na biznes”
Jeffrey J. Fox napisał następujące książki:

1. ***Jak zostać mistrzem marketingu,***
czyli o zasadach, dzięki którym dzwoni kasa
2. ***Jak zarobić duże pieniądze w swojej firmie,***
czyli o świętych zasadach ludzi biznesu
3. ***Jak być wielkim szefem,***
czyli jak znaleźć najlepszych pracowników
4. ***Jak zostać szamanem sprzedaży,***
czyli jak sprowadzić do firmy deszcz pieniędzy
5. ***Nie wysyłaj CV,***
czyli jak się dostać do dobrej firmy
6. ***Jak zostać CEO,***
czyli o zasadach dochodzenia na szczyty
7. ***Sekrety wielkich handlowców,***
czyli jak dokonywać tego, czego inni nie mogą

Więcej informacji o autorze na stronie:
www.foxandcompany.com



Jeffrey J. Fox

JAK ZOSTAĆ CEO



czyli o zasadach
dochodzenia
na szczyty

Oficyna Wydawnicza „Vocatio”
Warszawa



Tytuł oryginału:
How To Become CEO

Przekład:
Teresa Kowalska

Redakcja:
Irena Kanicka

Redakcja techniczna:
Małgorzata Biegańska-Bartosiak

Projekt okładki:
Joanna Złonkiewicz

Korekta:
Renata Borkowska

Copyright © 1998 by Jeffrey J. Fox
All rights reserved.

First published by Hyperion.

The Polish translation rights published in agreement with
Doris S. Michaels Literary Agency, Inc., New York, USA

Copyright for the Polish edition © 2006 by Oficyna Wydawnicza „Vocatio”.
All rights to the Polish edition reserved

Wszelkie prawa do wydania polskiego zastrzeżone.

Książka ani żadna jej część nie może być przedrukowywana ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana czy powielana mechanicznie, fotooptycznie, zapisywana elektronicznie lub magnetycznie, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. W sprawie zezwoleń należy zwracać się do:

Oficyna Wydawnicza „Vocatio”
02-798 Warszawa, ul. Polnej Róży 1
e-mail: vocatio@vocatio.com.pl

Redakcja: fax (22) 648 63 82, tel. (22) 648 54 50
Dział handlowy: fax (22) 648 03 79, tel. (22) 648 03 78
e-mail: handlowy@vocatio.com.pl

Księgarnia Wysyłkowa „Vocatio”
02-798 Warszawa 78 , skr. poczt. 54
tel. (603) 861 952
e-mail: ksiegarnia@vocatio.com.pl
www.vocatio.com.pl

ISBN 83-7146-236-0

*Leghowi F. Knowlesowi Juniorowi (1919–1997),
Prezesowi Zarządu Beaulieu Vineyard w Napa w Kalifornii,
trębaczowi w Orkiestrze Glenna Millera,
wyśmienitemu sprzedawcy,
prawdziwemu CEO, mentorowi*

Spis treści

Wprowadzenie	11
1. Pracuj tam, gdzie najczęściej płacą.....	13
2. Szukaj pracy w strategicznych działach firm	15
3. Nie oczekuj, że dział kadr zaplanuje twoją karierę	17
4. Zdobywaj i zatrzymuj klientów	18
5. Dbaj o kondycję fizyczną	20
6. Rób coś w znoju i samotności	21
7. Nigdy nie pisz przykrych notatek	22
8. Myśl przez jedną godzinę dziennie.....	23
9. Miej „notatnik na pomysły” i używaj go	24
10. Nie chodź na drinka z kolegami z pracy	25
11. Nie pal papierosów	26
12. Nie chodź na imprezy firmowe.....	28
13. Piątek – czas na „jak leci?”	30
14. Zdobywaj sprzymierzeńców wśród podwładnych swoich kolegów	32
15. Znaj każdego po imieniu	33
16. Organizuj „przeglądy dobrej roboty”	34
17. Zadzwoń w jeszcze jedno miejsce	36
18. Przyjdź 45 minut wcześniej, wyjdź 15 minut po czasie.....	37

19. Nie bierz pracy z biura do domu.....	39
20. Zapracuj na swoje „wpisowe”	41
21. Unikaj podróży ze zwierzchnikami	43
22. Jedz w pokoju hotelowym	45
23. W samolocie zajmij się pracą, a nie czytaniem kryminałów	47
24. Prowadź rejestr „zasobów ludzkich”	48
25. Wysyłaj odręczne notatki	50
26. Nie spoufalaj się ze zwierzchnikami	52
27. Nie próbuj ukryć słonia	54
28. Liczą się czyny, nie słowa	56
29. Nigdy nie rezygnuj z urlopu	58
30. Zawsze zgadzaj się na prośby wyższego kierownictwa	60
31. Nigdy nie zaskakuj swojego szefa	62
32. Niech dzięki tobie twój szef wypadnie dobrze, a jego szef jeszcze lepiej	64
33. Nigdy nie pozwól dobremu szefowi na błąd	66
34. Raz w miesiącu zaszyj się w bibliotece	68
35. Raz w roku wzbogacaj swoje życie o coś ważnego	69
36. Przestudiuj te książki	71
37. „Ubierasz się do tańca”	72
38. Przeinwestuj w ludzi.....	74
39. Przeplacaj swoim ludziom	76
40. Zatrzymaj się, patrz i słuchaj	78
41. Bądź najzagorzalszym patriotą swojej firmy	80
42. Wyszukuj i uzupełniaj „braki w bazach danych”	82
43. Wgryzaj się w sprawy.....	83
44. Nigdy nie panikuj i nie wychodź z siebie	85
45. Naucz się mówić i pisać zrozumiale.....	87
46. Każdego traktuj jak osobę wyjątkową	89
47. Doceniaj cudze zasługi, nie przypisuj ich sobie	90
48. Dawaj nieformalne premie-niespodzianki	92

49. Bądź uprzejmy dla każdego	93
50. Dziesięć wypowiedzi poprawiających ludziom humor.....	95
51. Sława i chwała przychodzą po ciężkiej pracy	97
52. Majstruj, kombinuj, próbuj	98
53. Jak się człowiek śpieszy, to się diabeł cieszy	100
54. Dorzucaj drwa do ognia.....	102
55. Liczy się pomysł, a nie jego źródło	104
56. Trzymaj się z dala od biurowych intryg	106
57. Wyglądaj na bystrego i bądź bystry.....	108
58. Naśladuj, analizuj i kochaj Wielkiego Szefa	110
59. Nie przekraczaj budżetu	112
60. Nigdy nie lekceważ przeciwnika	114
61. Weź snajpera na celownik jednym krótkim zdaniem	116
62. Zapisz się do klubu Nie-Powinienem-Był.....	118
63. Koncepcja nie musi być idealna. Liczy się wykonanie	120
64. Błędy zapisuj, a potem kolekcjonuj – dumnie i pieczołowicie	122
65. Żyj dniem dzisiejszym, planuj na jutro, zapomnij o wczoraj	124
66. Baw się i śmiej.....	125
67. Rodzinę traktuj jak najważniejszego klienta	126
68. Bez celów nie ma chwały	128
69. Zawsze pamiętaj o małżonkach swoich podwładnych.....	130
70. Patrz na swoją pracę oczami sprzedawcy	132
71. Bądź sprzedawcą niezłomnym	134
72. Nie buduj imperium.....	136
73. Stawiaj na produkt, a nie na papiery.....	137
74. Uczyć innych to uczyć się samemu i przewodzić.....	139
75. Nie daj się zniechęcić mordercom pomysłów	141
Zakończenie	143

Wprowadzenie

Dlaczego powinienes przeczytać tę książkę

Kupiłeś tę książkę, więc jesteś ambitny. Ktoś ci ją podarował? To oznacza, że ten ktoś uważa cię za osobę ambitną. To wspaniale, że masz chęć, aby się doskonalić, dawać coś z siebie, dokonywać istotnych zmian, rozwijać się zawodowo, odnosić większe sukcesy, w końcu stać się CEO w jakiejś organizacji. CEO to akronim od angielskiego *Chief Executive Officer* [czyli osoba sprawująca najwyższą władzę wykonawczą w firmie czy organizacji – przyp. tłum]. CEO to ten, na kim spoczywa największa odpowiedzialność za powodzenie i przyszłość organizacji. Może to być dyrektorka szkoły, współlnik zarządzający, głównodowodzący marszałek w armii, prezes koncernu, szef partii. Chcesz zostać szefem? Ta książka ci pomoże.

Na drogę do osiągnięcia pozycji CEO wpływa mnóstwo czynników: nawyki związane z pracą, szczęście, odpowiedni moment, konkurenci, osobowość, zwolennicy, talent, oko-

liczności itd. Ta książka pomoże ci zmienić twoje złe nawyki, wpłynąć na niekorzystne okoliczności, określić właściwy moment, prześcignąć konkurentów i zręcznie wykorzystać talent.

To zbiór rad i wskazówek. Pomysły wyrastają ze świata biznesu i organizacji. Nie usłyszysz o nich na zajęciach z MBA. Są świeże, bezpośrednie, szczere, wolne od uogólniających ocen oraz łatwe do przeczytania, zanalizowania i zastosowania.

Wiele zaleceń wyraziłem w postaci zasady bądź przykazania, dlatego, że piszę o rzeczywistości, a nie o sytuacjach idealnych. Choć treść książki ma pomóc ci awansować w twojej firmie, uwagi i rady możesz zastosować również w życiu osobistym i w zajęciach poza pracą.

Najpewniejszy sposób, żeby stać się CEO, czyli prezesem jakiejś organizacji, to zakup firmy lub jej założenie. Ta książka z pewnością okaże się pomocna, bez względu na to, czy zdecydujesz się na prowadzenie własnego biznesu, czy planujesz karierę w wielkiej organizacji.

Książka została znakomicie zredagowana przez Laurie Abkemeier z wydawnictwa Hyperion, a promuje ją Doris S. Michaels Literary Agency, Inc. z Nowego Jorku. Będę wdzięczny za wasze komentarze, przemyślenia, uzupełnienia oraz wszelkie pozytywne przykłady zastosowania wskazówek zawartych w tej książce. Piszcie do mnie na adres: c/o Hyperion, 77 West 66th Street, 11th floor, New York, New York 10023-6298.

*Dziękuję.
Jeffrey J. Fox*

Pracuj tam, gdzie najwięcej płacą

Jeśli już zdecydowałeś, czym chcesz się w życiu zajmować – bankowością, reklamą, produkcją czy jeszcze czymś innym – idź pracować do firmy, która daje ci najwięcej pieniędzy. Jeśli jeszcze nie zdecydowałeś, jaka branża jest dla ciebie odpowiednia, wybierz tę, która daje najwięcej pieniędzy. Jeśli pracujesz w jakiejś firmie, zawsze przyjmuj te stanowiska, awanse i zadania, za które najwięcej płacą.

Jest kilka istotnych przyczyn, dla których, podejmując decyzje, powinieneś kierować się pieniędzmi.

Po pierwsze, wszystkie twoje przyszłe korzyści, dodatkowe dochody, premie i podwyżki obliczane są na podstawie twojej pensji zasadniczej. Duże korporacje wszystkie dodatkowe wypłaty określają procentowo. 10-procentowa podwyżka liczona od 5 tysięcy dolarów będzie wyższa niż taka sama podwyżka od 2 tysięcy dolarów.

Po drugie, im wyżej jesteś opłacany, tym bardziej jesteś widoczny dla wyższego kierownictwa.

Po trzecie, im więcej ci płacą, tym więcej będą od ciebie wymagać. Oznacza to, że powierzą ci większą odpowiedzialność, zadania i problemy do rozwiązania. Szansa na wykazanie się to furtka do sukcesu.

Po czwarte, jeśli dwóch ludzi kandyduje na stanowisko za 8 tysięcy, a jeden z nich zarabiał dotąd 3 tysiące, a drugi 4 tysiące, to pracę dostanie ten, który zarabiał więcej. Pracę dostaje zawsze lepiej opłacana osoba, bez względu na talent, pracowitość i wszelkie inne zalety. Duże korporacje zazwyczaj wybierają najprostsze rozwiązania, a najwygodniej jest im awansować osobę zarabiającą więcej niż tę, która zarabia mniej¹.

W biznesie to właśnie pieniądze
są miernikiem sukcesu.
Im więcej zarabiasz, tym jesteś lepszy.
To proste.

¹ Awansowanie osób więcej zarabiających to w większości organizacji typowy wybór po linii najmniejszego oporu. Ktoś zaakceptował pensję wyżej opłacanego. Inni się pod tym podpisali. Chcąc wyprzedzić wyżej opłacanego, podważamy pozycję jego promotora. A promotorzy wyżej opłacanych sami są jeszcze wyżej opłacani. Awansowanie wyżej opłacanego potwierdza mądrość wyższego kierownictwa.

Szukaj pracy w strategicznych działach firm

To stanowiska strategiczne zarabiają pieniądze dla firmy. Zarabiają pieniądze albo mają bezpośredni wpływ na zyski i straty. Podział na stanowiska strategiczne i pomocnicze jest w firmach czasami niejednoznaczny, ale to właśnie wokół stanowisk strategicznych dzieje się najwięcej.

Stanowiska strategiczne to sprzedawcy, kierownicy sprzedaży, kierownicy produktu, menedżerowie zakładów, dyrektorzy marketingu, brygadziści, nadzorujący oraz dyrektorzy naczelní. Stanowiska pomocnicze to prawnicy, planiści, specjaliści od przetwarzania danych, pracownicy jednostek badawczo-rozwojowych i wszelkiego typu administracja. Stanowiska strategiczne w bezpośredni sposób pozwalają firmie zdobywać i zatrzymywać klientów. Na stanowiskach pomocniczych, które są ważne, zdobywa się klientów w sposób pośredni. Stanowiska, które w żaden sposób nie przyczyniają się do zdobywania i zatrzymywania klientów, są zbędne.

W większości firm ludzie pracują albo w administracji, albo w terenie jako sprzedawcy. Nie chcę powiedzieć, że pracownicy administracji to ludzie mało wartościowi czy pozbawieni talentu. Tyle tylko, że to nie oni stoją na pierwszej linii frontu. Byt firmy nie zależy od nich.

Na stanowisko pomocnicze możesz się zgodzić jedynie wtedy, kiedy jest naprawdę tymczasowe, kiedy będzie dla ciebie pomostem do innego stanowiska lub gdy jest lepiej opłacane.

Dowiedz się, które stanowiska w firmie są strategiczne, a które pomocnicze.

I koniecznie zadbaj o to,
żeby dostać to właściwe.