

25 قصة نجاح



من البدايات الصعبة، والعثرات القوية،
إلى النهايات الناجحة.

الباقة الأولى – إصدار ديسمبر 2008

إهداء الكتاب

إلى ريحانة الدار وسندسها

جميع الحقوق محفوظة ولا يُسمح بالنسخ أو الاقتباس بدون إذن مسبق من المؤلف.
رقم الإيداع: 21452/2007

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 هويت، الطيار المبرمج
54	19- أسطورة الإعلانات دوني دويتش
56	20- غلطة دومنيك ماكزي
59	21- جمال الهند: صالون شاميناز حسين
61	22- مليونير التوايا الحسنة
64	23- الأم الثائرة - أنيتا روديك
68	24- عبد العزيز العنزي
70	25- ايمن راشد، اطلب، كنوم
73	أفكار عملية لبدء مشاريع تجارية

المقدمة



هل النجاح ضريبة حظة؟ 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 هذا؟

تأتي على كل واحد منا فترات يشعر فيها بأشد درجات الإحباط، يرى 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؟

هذا 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 والمثابرين.

رعوف شبايك

blog.shabayek.com

1- النجاح قد يأتي بعد سن الخامسة 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، مهتدياً بنصائح ووصفات أمه. في سن السابعة كان ساندرز قد اتقن 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 اضطر ساندرز كذلك للعمل في صباه في عدة وظائف، أولها في مزرعة مقابل دولارين شهرياً، ثم بعدما بستنتين تزوجت أمه، ما مكنه من أن يرحل للعمل في مزرعة خارج بلدته، و بعدما أتم عامه السادس عشر خدم لمدة ستة شهور في الجيش الأمريكي في سكوبا، ثم تنقل ما بين وظائف عدة، من ملقم فحم على متن قطار بخاري، لقائد عبارة نهريّة، لبائع 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 يبيعها للمارين على محطة الوقود التي كان يديرها في مدينة كوربين بولاية كنتاكي الأمريكية، وكان زبائنه يجلسون في غرفة نومهم 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 - اضطرار 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 شريك 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 الشهير، وهكذا كانت النشأة الرسمية لنشاط دجاج كنتاكي المقلي أو كنتاكي فرايد تشيكن، في عام 1952.

قرر ساندرز أن يطهو الدجاج، ثم يرحل 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 يبيعها 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)، وعندما 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 للتعق 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 الطعالم. 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 قمع 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 بالسة جاء إتيان الطهي، ومن عمل في محطة للوقود بدأت الشهرة، ومن عمل في المطبخ جاءت الوصفة السرية - لكل حدث جلل 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 وجامدت - 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- النبل 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 واثته 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 تجاور المدينتين، لكنهما وقعتا في تصنيفين مختلفين لفئة تكلفة الاتصال بين البلديتين، ولذا 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، لمر ذلك عليه دخلاً رائجاً. لكن كيف تعاضل مفلس مثله أن يحقق فكرة مثل هذه؟ تصادف أن كان لبطلنا لوني جار قديم على سياتل مؤخراً، وهو لمس في لوني عقلاً تجارياً ومشروعاً رابحاً، لذا 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، برمج 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، ولذا 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، هذا 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 بالئس إلى غني يجمع أموالاً لا يعرف ماذا يفعل بها!

بعد مرور عامين، كان لدى لوني 25 ألف عميل سعيد راض، تكن أرباح لوني كانت تعني خسائر فادحة لشركات الاتصالات (فهرها لوني بمقدار 3 إلى 4 مليون دولار شهرياً)، ولذا كما طبعاً 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 ويضر بفنيمته 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 يميناً 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، تسير 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 تذهب هباء، لكني لا أعرف أي نصف منها!

عندما اختمرت نتائج هذا النظام، هبطت فكرة سماوية أخرى على لوني: هذا 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 لتفضيد يد من هذه الشركات والتحول إلى منافس يقدم له عرضاً مغرياً لا يستطيع رفضه!

انظر خارج منطقتك الآمنة

كل شهر، يصبر لوني على قراءة عدة كتب ومشتورات 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 ستشاركونهم! طالما أن هذه الشركات لها الكثير من العملاء الذين جلبوا لها الشهرة، فعليك التفكير في طريقة لتتفهم عن طريقها هؤلاء العملاء بشكل أفضل (الفكر التنافسي)، أو فكر في طريقة تقدم لهم بها خدمات تكميلية (فكر المشاركة).

إياك والبقاء محبطا

ينال الإحباط وال فشل منا جميعا، ولهنا تجد العديد من الناس يحجمون عن بدء شركات وأعمال جديدة. لا تخف من المنافسة والفشل، 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 يدرك النجاح.

3- نجم النخبة الإلكترونية



هذا العنوان مقبس من مقالة مترجمة نشرت في شهر ديسمبر 1985 في مجلة لمختلر العربية عن ذلك الشخصية.

تعتمد نظرية النجاح في دنيا الأعمال على المجيء بفكرة عبقرية لامعة، ثم 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 شوائبها، واليوم نتناول هذا الأمر من خلال قصة الفرنسي فيليب كان المولود في 16 مارس 1952، العبقرى السابق

لأوانه الذي أبدع فأشهر شركة يورالاند 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 بلانوكس 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 إرغاصات نشأة المايكرو كمبيوتر أو الكمبيوتر الشخصي الصغير.

(كان لفضله كمبيوتر وقتها يطلق 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 هيويت باكارد (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 الأولى لم أي تي، لتتسابق مع معهد ماساتوتش للتقني الأشهر على مستوى العالم.

الطريف في الأمر أن مقابلة التوظيف هذه اعتمدت على أن فيليب ضليع في مجال ترتيب المعلومات في صفوف Queuing وهي كناية استمر كها فيليب بقضاء ليال طوال يناكر فيها بجهد هذه التقنية الجديدة حتى صار خبيراً فيها فعلاً - فيليب الشريـر!

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 افلست تاركة ديون عميقة لم تسدها له، فاشترى 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، تركيز مجال البرمجة خالياً، لذا أراد أن يغطي بلغة البرمجة باسكال على حواسيب آي بي إم 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 تيريو باسكال بمجهود أربعة مبرمجين فقط. كعادته، سهر فيليب ليلاً طويلاً ليضع تصميم أول إعلان للغة البرمجة تيريو باسكال، وعهد 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، لذا عمد لفكرة أخرى، أعلن عن مؤتمره الصحفي في مطعم ماكدونالدز 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 تيريو 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 للعسكري 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 نفمة الأرباح وبدأت تنكبد
الخسائر الجسام، وكان لقرارات فضلت (مثل شراء شركة أشتون
تايت وبرنامجها الشهير دي بيز برو مقابل 439 مليون دولار استنزف سيولة الشركة، ولتأخر بورلاند في
طرح نسخة من برنامج قاعدة البيانات هذه تعمل على نظام ويندوز، كذلك بناء مبنى للشركة تكلف منه
مليون دولار وغيرها) الفضل في الاستغناء عنه.

الفشل لا ينال أبداً من معادن الرجال الناجحين، لذا استمر فيليب في تربيته 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 إم إم إس 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 الاثنين 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 جديتين: لايت سيرف
وأوبن جريد، ثم اتبعهم 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 تترنبيه، ثم تضعه في مقبس توصيل مع حاسوبك النقال لتحديث البيانات ثم
تعود لتترنبيه، وخطأ فيليب -كما يخبرنا بنفسه- أنه باع حق استغلال اختراعه هنا لشركة ثم تستلج
تسويقه على الشكل المطلوب، ما أدى لأن تسبقه شركة بالتم بمساعدتها الرقمي بالتم.

اليوم، 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 لنافسيك.

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) كمدير مجين 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 انترنت دون أي مقابل مادي، وتمكنوا في
البداية من الاتفاق مع عشرين موقعاً لتبدأ فكرة موقع تبادل الإعلانات LinkExchange اللذان بداه 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 (بائرات) للجميع، عبر نظام تعاوني متاح
لجميع المشترك فيه بالمجان.

مثل سريان النار في الهشيم، انتشر الخبر، وسارع الجميع للاشتراك في هذا الموقع الوليد، حتى بلغ عدد
المشاركين قرابة مئة ألف موقع، يعرضون أكثر من أربعة ملايين إعلان يومياً، ولذا في عام 1997 كان
لزماً عليهما ترك وظيفتهما النهارية والتفرغ الكامل للفكرة الوليدة. يذكر توني أنه كان قد وضع خطة
لمستقبله المهني، لتلخص في فضائه 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. والدا توني
لم يرق لهما أبداً فكرة استقالة ابنهما من عمله، فهما كان يريدانه أن يكمل دراسته ليحصل على شهادة
الدكتوراة.

سرعان ما تنبهت الشركات الكبرى لهذا المشروع الناجح، فلستثمرت شركة أمريكية مبلغ ثلاثة ملايين
دولار مع الشابين العالمين، لكن سر نجاح المشروع الجديد كان التركيز على مدير الموقع العادي - الذي
في مقابل أن يعرض في موقعه إعلانيين - في نفس الوقت يتم عرض إعلان واحد له في موقع آخر وهكذا،
فاما 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 التناهي لم يقف عند هذا الحد، بل استمر يقدمان الخدمات مقابل الإعلانات على الإنترنت، واستمررا يستقطبان نبغاء الموظفين لينضموا للمشروع الجديد، واستخدما وسائل غير تقليدية لكي يلفتوا أنظار الناس إلى مشروعهما 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 لبيتلج الشركة الجديدة بمبلغ 265 مليون دولار في نوفمبر من عام 1998، جاعلاً التناهي شابين غنيين جداً، وهما استمررا في طريق الثراء حيث استثمر كل منهما نصيبه من الصفقة في تمويل مشاريع ناجحة أخرى، منها سلسلة مطاعم ومواقع بحث على الإنترنت، 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 مبيراً 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 الإنترنت، كمسير تنفيذي، ليحولها من شركة ذات مبيعات قدرها 1.6 مليون دولار، إلى 370 مليون في عام 2005.

5- راهب دوهينوز بيتزا

بعدما توفي والد وهو صغير، لم تتمكن أمه من الإنفاق عليه هو وأخيه، ما اضطرها للتخلي عنه في ملجأ للأيتام، تديره الراهبات البولنديات الكاثوليكيات في ولاية ميشيجان الأمريكية. عمدت الراهبات 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 لتركتها لفشله في توفير المال الكافي لدفع تكاليف الدراسة، ولذا قرر بعدها الالتحاق بمشاة البحرية الأمريكية في عام 1956 وسُرح منها بمرتبة الشرف في عام 1959، مُخراً 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 سدى في مشروع فشل، وبعدها التحق قوم 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) مونلمان عن محل بيتزا معروض للبيع اسمه دومينيكز، وكان جيمس متحمساً لشراء المحل، لكنه كان قلقاً من أن يفعلها وحده، لذا أصر أن يشرك أخاه معه، معاً، قرر الأخوان دفع 500 دولار واقتراض 900 أخرى لشراء المطعم في مدينة بيتزيلنتي.



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 هذا المشروع، فما كان من توم سوى أن قايضه بسيارة فولكس فاجن من طراز الخنفسا بيتلز كانوا يستخدمونها لتوصيل الطلبات. كانت السنة

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

بعدما ضاقت واستحكمت حلقاتها، جاء يوم العطلة الأسبوعية، وحدث أن غاب نصف فريق العمل عن الحضور، وكان هذا 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 يدرك توم ماذا يفعل مع هذا الغياب في قوة العمل، هل يفلق أبويه 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 لتهيء الحجم الكبير، وتحتاج ذات الوقت في التوصيل لكنها كانت تكلف أقل وربحها أكبر. كانت الخطة تعتمد على أنه إذا ساءت الأمور فسيستوفضون 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، وبعدما 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 هتيان التسليم وقال له: لقد وجدت لك الاسم المناسب - دومينوز بيتزا. وأعجب توم بالاسم على الفور، فهو إيطالي، يتماشى مع البيتزا الإيطالية 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 الأرحم 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 ثانيا عمله، فهو وظف متتوقفين مكثوفي 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 البَهار الذي
يعطي النجاح حلاوته.
ويدونه لا تكتمل الطبخة.

في نهاية الستينات حضر توم دورة تدريبية عن فكرة التعهيد (فرانشيز). وهنا بدأ الإلهام يهبط عليه، فهو رأى رجالاً تبدو عليهم إمارات الثراء والترف المفرط يحضرون هذه الدورة، وبدأ يدرك 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 طائفيها في مواقعهم، ورغم أن خدمة التوصيل هذه لم تكن منتشرة أو مطلوبة بشدة وقتها، لكنه قرر أن يتقن 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 رأى فكرة ساذجة، فعلى توم قبلها أن يكون أكثر حذرية، 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 فروع 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 التعميد 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. أصغر الخبير أوامره التي لا ترد وفرماناته برفع أسعار البيتزا، وخفض نفقات الخدمات والتسليم، وأمر الفروع 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 التعميد، وإجبارهم على شراء كل شيء من الشركة، والتي كانت في موقف سيء للغاية، حتى أن البنوك وافقت على أن تعيد الإدارة لتوم، ليأسيهم من جدوى إصلاح الأمور.

كانت سعادة توم باستعادة زمام الأمور بالغة، وهو استجدى وترجى واستعطف الموردين حتى يستمروا في التوريد، والمتعهدين حتى يتراجعوا عن قضاياهم. وافق البعض من الذين سعنوا بعودة توم، واحداً تلو الآخر، وأما الذين رفضوا التراجع فتصالح معهم توم وفض اتفاقية التعميد 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 قراءة الستين 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 تنوَّق حلّوّة 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 مخففة، مثل تسديد حفنة دولارات أسبوعياً ولمدة شديدة الطول. لقد كان توم يعيش في بيت بلا أثاث ويقود سيارات تسليم البيتزا القديمة.

كان بعض الدائنين من الكرم بحيث أسقطوا بعض الديون، لكن خلال سنة كان توم قد سدد كل ديونه، وفي بضع سنين كانت جميع مشكلاته قد حُلّت، وعادت لتوم قوته، وبلغ عند فروعه 300 محلاً، وعاد الزبائن إلى فروعه والتي بدأت تشهد زيادات صاروخية في المبيعات، وعاد العملاء يربنون 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 الذين كانوا يتولون تجهيز العقود ومراجعة الشروط والبنود. لقد أثبت هنا النظام جدارته، وهو أُعتبر 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 وإلا فالبيتزا 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!

الهرجة 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 والثمين، 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 انصار 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، والتفرغ 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 بنونه 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 كتابه 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، وسيارته الفاخرة، وفريق النمر.

في عام 1999 ظهر مشتر للشركة، فباعها له توم خلال 14 أسبوع. لقد كان المشتري صاحب محلات بيتزا فينسر (سيزرز)، وأما سعر البيع فكان مليار دولار أمريكي، لكن توم لا زال يحتفظ ببعض الأسهم القليلة في الشركة، الذي يعيش واحداً حياته لخدمة دينه، وهو متبرع سخي وشهير، وصاحب جامعات دينية كثيرة. توم من مواليد 25 مارس 1937، وهو دشن 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 موقع هوتيل

تصرف كما لو كانت
أفعالك ستغير العالم -
فهي كذلك بالفعل

وُلد في صيف عام 1968 و نشأ في إقليم بنجالور الهندي، ودرس في معهد بيرلا للتكنولوجيا لستتين، ثم انتقل لولاية باسادينا الأمريكية في معهد كالتيك 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 رآه فكرة إنشاء شركته الخاصة في وادي السيليكون الأمريكي الشهير، وادي الأحلام التي تتحقق.

مع شريكه جاك سميث، بدأ البحث عن تمويل لفكرتهما 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، لنا أسرع صابراً باتياً و جاك سميث بالبحث عن تمويل لفكرتهما الجديدة، وبعد ثلاث ساعات من النقاش فلتت مسئولو شركة دراير 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 التشيين 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، وانهار 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 اشتريته 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 سوفاً دعائياً كبيراً جداً لمايكروسوفت - التي صمدت 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 غرماء 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 للتبوين 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: أبل 2، 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 جامعتهم، 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 المقبول الصغير من جدي، وكان باسكورة زبائنه زملاء الدراسة في الجامعة الحالون 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 إم.

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 للمستهلكين أسعار بيع أرخص من السوق، لكن مع مسابقة 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 دل 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 دل".

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

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

مايكل دل ينتمي للعائلة اليهودية، وهو من كبار ممالي مواطنه الرئيس الأمريكي جورج بوش في كلتا حملتيه الانتخابيتين. في عام 2005 جاء ترتيب مايكل دل رابع أغنى رجل في الولايات المتحدة الأمريكية، بثروة تقارب 18 مليار دولار، ما يجعله ترقبيه الثامن عشر كأغنى رجل في العالم.

لا زال مايكل يقطن أوستن الأمريكية في ولاية تكساس مع زوجته سوزان وأولاده الأربعة، وأما شركته التي بدأها فهوائلها 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، وقرابة واحداً من كل خمسة مباعه في العالم. كل هذا في خلال 17 عاماً منذ تأسيسها.



ألف مايكل دل كتاباً سماه: مباشرة من دل: 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 وإزمات، ففي حقبة التسعينات اشتعلت النار في بعض حواسيب دل النقالة بسبب أعطال فنية، وفي عام 2001 اضطرت الشركة لخفض العمالة لتتعافي من تراجع المبيعات، على أن أشهر زلة لسان لمايكل دل حدثت في عام 1997 عندما سأله سائل في ملتقى فني ضم آلاف الحضور، ما الذي كان ليفعله ليعالج جميع أزمات شركة ابل التي كانت تعاني من

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

ثم 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 دِل أن يبتلع كلماته ويسحبها. فيومها فاق السعر السوقي لشركة أبل ذاك دِل، ومبيعات أبل وأرباحها أكبر من تلك دِل. على أن مايكل دِل يبقى صاحب الكلمة الأخيرة، فهو لا زال أغني من ستيف جوبز!

في الأول من فبراير 2007، وفي خبر دراماتيكي، عاد مايكل دِل إلى مقعد الرئاسة، ليقود شركته مرة أخرى، بعدما تنالت الإخفاقات والعثرات وتوالت 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 مقادها نشر دليل تسوق وتنزه 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، شجعه 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 هذا سبيلاً لمعالجة هذا النقص في الاهتمام الإعلامي، وكان يهدف لأن يكون الدليل الطلابي الذي أراد إصداره مشتملاً على معلومات موجهة بالأساس إلى طلاب الجامعات -خاصة أولئك الفاضلين في المدن الجامعية (قد يكون هذا المبدأ غريباً علينا في بلادنا العربية، لكن من سافر للخارج يعرف جيداً المدن الجامعية ونزل الطلاب).

عانى وقتها قائلو تلك المدن الجامعية من عزلة داخلية عن العالم الخارجي، أضف إلى ذلك أن برامجهم الدراسية كانت تشغل معظم أوقاتهم بدرجة منعهم 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. وعندما انتهى أطلق اسم كامبس كونسبتس (Campus Concepts) على هذه الشركة الافتراضية التي كان يعد 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 (سماء 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 جنيتات جامعة هوبارت، وما كان من الطلاب إلا أن أحبه، ولم يكن من المعلنين إلا أن أحبه بدورهم. حقق العدد الأول عوائد قدرها 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 وسع مجال توزيعه ليلغ طلاب بقية الجامعات الأمريكية.

في عام 1990، كانت الفكرة التي حكم عليها بالفشل مسبقاً 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 بلتيমور الأمريكية في عام 1991.

توسع الدليل الطلابي في عام 1992 ليقدم خدماته التسويقية وليوفر 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 عمالقة 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 قنمين وهو في المرحلة الثانوية،

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

حصل ماركو على منحة جامعية شاملة في ذات الجامعة التي يعمل فيها والده، وتعمق في دراسة لينكس وتطويره. في هذه الأثناء كان ماركو يعاني من كثرة أسفله الذين يستعملون مختلف برامج الدردشة (أم اس ان، ياهو، أي سي كيو...) لبقاء 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 لتنزيل 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 جواها، 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 لقراءة اثنين مليون مستخدم.

لا أجزم - لكني أؤمن - بأن مشاكل رناعة 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 يقنعه 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 الاتصالات 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 تباع عتاد اتصالات متوافق مع برنامج النجمة، وما هي إلا بضعة شهور حتى بدأ العملاء يفسحون المجال لعلاق جديد بينهم. بدأت شركة إنتل في بيع بطاقات اتصال متوافقة مع برنامج النجمة، وأما آي بي إم ذات العلاقات القوية مع شركة سيسكو - عملاقة إنتاج أجهزة الاتصالات، فحافظت على علاقة قوية وطيبة مع ماركو، فهي عرفت أن المستقبل له.

انتهى المآل لبرنامج 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 تستخدم 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 اللبني من فشلي إلى
فشلي دون أن يفيت 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 تخصيص البرنامج لصالح العملاء.

أثناء دراسته الجامعية عمل ماركو بدوام جزئي في شركة متخصصة في تصميم وبيع أجهزة الاتصالات الداخلية (سنترات) لمدة سنتين. بعدما صمم برنامج التجهة باع سُبُع 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 السجن كالايد 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 تراوج 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 كالايد يناهز 35 عاماً حينما خطرت له فكرته تلك في عام 1999. عكف كالايد، 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 كالايد إلى النوادي الرياضية ومحلات الترفيه والتسلية عارضاً على أصحابها فكرته الجديدة، لكن الأفكار الجديدة تحتاج لمجهود كبير حتى يقبلها الناس. على أن كالايد لم ييأس، وذلك ما دعا صاحب محل رفض فكرته لأن يقترح على كالايد تجربة الذهاب إلى معرض لعبة البلياردو الموسمي الأمريكي في مدينة لاس فيجاس، وهذا ما فعله كالايد في يوليو 2003.

تبسم القدر لصاحبها، إذ نالت فكرته إعجاب شركة تصنيع طاولات البلياردو، والتي لا زال كالايد 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 كالايد 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 كالايد، الذي يلقي حالياً محاضرات تشجيعية، يحكي فيها قصته، من شاب خائف 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 عالية النمن 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.

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

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

في عام 1996، أيقن نيلسون قرب بزوغ نجم سوق كبيرة وأعدة للحواسيب الفنية القوية، هذا اليقين دفعه لتأسيس شركته Alienware والتي سماها كذلك بسبب حبه الشديد لمسلسلات اكس فيلرز 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 طلي، وهما كانا بلا خبرة يُعول عليهما في مجال إدارة الأعمال، وهما لم يكونا يتوقعا في أكثر أحلامهما ضراوة أنهما سيستمران لفترة طويلة في هذا 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.

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

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

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

نموذج العمل لدى الشركة اعتمد على مبدأ أساس: في البدء ستدفع أنت، ثم نجمع نحن لك! وأما وسيلة
البيع التي اعتمدها عليها في البداية فكانت عبر موقع الشركة على شبكة إنترنت. هذا الأمر ساعد على خفض
التنفقات 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!

من وقت لآخر، عهد الثنائي لتقليد مبادئ شركة دِل 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 تغطت جميع المصاريف
والنفقات.

اليوم، أرخص حاسوب نقال تنتجه الينوير (جميع الحواسيب يتم تجميعها باليد) يبلغ سعره 2500 درهم/ريال،
على أن أغلى مراز - والذي يتم تبريد مكوناته بالسوائل لا المراوح ويعتمد على معالجات ذات قلوب ثنائية
والقراص صلبة توفر مساحات تخزين تيرا بايتية وتعتمد على بطاقات عرض أسرع من الريح المرسلة -
يفوق 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 تشغل وتوفر دعم فني متقدم لا يستطيع غيرهم توفيره. كل حاسوب يخرج من شركة ألتونير يمر على الأقل على 200 اختبار فني، بعدما يحصل المشتري على نتائج هذه الاختبارات، مع نتائج اختبارات سرعة كل مكون من مكونات هذا الحاسوب.

الفانسلون يفكرون فقط
في عواقب الفشل
الناجحون في مزايا النجاح

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

بعد مرور عشر سنوات على هذه البداية الصعبة، أصبحت شركة ألتونير، 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 واليكس من مشاهير الشخصيات في عالم ألعاب الكمبيوتر.

لقد نجح في أمر أعرضت عنه كبريات الشركات المصنعة والمصنعة للحواسيب، وهاهي اليوم تش بي ودل تنتجان حواسيب مخصصة فقط لألعاب الكمبيوتر، وهاهي إنتل تنتج طراز من معالج بنتيوم 4 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 ألتونير عن غيرها من خصم الشركات المنافسة هو بلا شك الإبداع الفريد! لقد كانت الحواسيب النقالة مشهورة بعجزها عن تحمل ألعاب الكمبيوتر كثيرة المطالب، حتى غيرت ألتونير ذلك، باقتدار.

12- قاهر مرض السرطان



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

جاء تشخيص الأطباء الأوّل أن أنتوني مصاب بورم سرطاني خبيث، سيترك له على الأرجح قرابة العام أو أقلّ 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 متوقعاً له! لقد ضمّر 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، وكازاف 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 يتنقل 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 تدعى 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.

بعدما 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 ذهب أنتوني بحياته بالكامل للتأليف والكتابة.

هذا 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 البرقالية 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 حالت 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 والسينة والتي أعلنها على الملأ، لكن هذا لا ينال من غاية سرد هذه القصة، وعلينا أن نأخذ الطبيب، ونترك ما عداه.

الدروس المستفادة:

- كم من المصائب حلت بنا، وكم منا حوّل 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 قراءة ثلاث سيمفونيات موسيقية، ليشبع هوايته الأولى، التي لم يستطع دراستها والتعمق فيها.

13- هل تريد أن تصبح مليونير؟

نظر الطفل الأمريكي الأسمر ذو الست سنوات، إلى أمه المريضة وهي تعمل بكسب 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 كريمة 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.

بعدما 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 يقطنوها كانت تعج ببيائعي المخدرات والهوى، إلا إن جراي أدرك أن هذه ليست الطريقة الصحيحة، ولم تزده 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 حي 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 نعمة، فعندما أراد شراء حقيبة أعمال له، لم تتمكن أمه من توفيرها له، فما كان منه إلا أن حول صندوق طعامه المدرسي ليصبح حقيبة أعماله الخاصة، كما استعار رابطة العنق الرخيصة الخاصة بأخيه ليلبس كرجل أعمال محترف. لم يكن جراي ولداً صغيراً، بل كان رجلاً صغيراً كما تروي عنه جدته.

ذات يوم طُلب منه إلقاء خطبة، فبدأ بالتدرب على أفراد عائلته، الذين استمعوا له كما لو كان أستاذ جامعي 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.

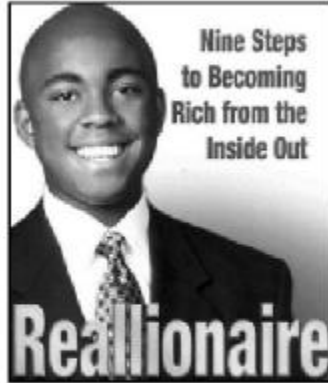
حصل جراي على 15 ألف دولار تبرعات لهذا المنتدى، عبر استخدامه لأسلوبه المبتكر: أرشدني إلى خمسة يمكن لهم أن يوافقوا! تعرض جراي لمرات رفض لا حصر لها، لكنه لم ييأس أو يخنع، بل تقبل الرفض بروح عالية، وهو كان يطلب من رافضيه أن يرشده إلى خمسة أشخاص يمكن لهم أن يشتروا منه ما يبيعه.

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

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

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

قام جراي بطهي الحساء، ثم قام بصبه في زجاجة، ثم أرسلها لمصنع تعليب، ثم انطلق يبحث عن خبراء في هذه الصناعة ليتعلم منهم. وسنة 14 سنة تحول الفتى الفقير إلى مليونير، بعدما حققت شركته مبيعات فاقت المليون ونصف دولار. لم يتوقف نشاط جراي عند هذا الحد إذ أنشأ شركة لبيع بطاقات الهاتف سابقة الدفع وأخرج برنامج حوار إذاعي موجه للمراهقين واشترى مجلة وأنتج برنامجاً فكلياً كوميدياً ناجحاً، لم يقف جراي عند المكسب المادي، إذ أسس جمعية خيرية حملت اسمه موجهة لتقديم خدمات ومساعدات للشباب كي يبدؤوا 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 منتهى ثلاث سنوات وعمره 15 سنة. لتجأه البلهر تلقى دعوة لمقابلة الرئيس الأمريكي بوش وزيارة الكونجرس الأمريكي وأصبح عضواً فخرياً في العديد من المجالس التجارية.

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