

"Vi befinner oss i en tid då människor längtar efter nya idéer", säger Alan Webber, chefredaktör för affärsmagasinet Fast Company och aktuell med boken "Tumregler - 52 sanningar för att lyckas med affärer utan att förlora sig själv".

Se möjligheterna!

Affärsgurun samlar sina bästa tips

Se världen med kundens ögon. Tänk nytt. Och framför allt – våga misslyckas. Så låter det när Alan Webber summerar sina möten med världens främsta entreprenörer. Nu har han samlat dem i boken "Tumregler - 52 sanningar för att lyckas med affärer utan att förlora sig själv".

AV CHRISTOFFER BRASK FOTO KARL NORDLUND



VAD FÅR DIG ATT STIGA upp på morgonen?

Vad håller dig sömnlös på natten?

Om du tar dig tid att besvara dessa båda frågor, säger Alan Webber, kan du ge ditt liv en tydligare riktning. Både som människa och företagare.

Det som får Webber själv att stiga upp på morgonen är "stimulerande samtal med intressanta personer". Vilket han har haft goda möjligheter till under en lång journalistkarriär – först som chefredaktör för Harvard Business Review, sedan som grundare av affärsmagasinet Fast Company.

Sina viktigaste erfarenheter från dessa samtal har han nu kokat ner i boken "Tumregler – 52 sanningar för att lyckas med affärer utan att förlora sig själv".

Bland de personliga möten som gjort särskilt starkt intryck på honom nämner han Applegrundaren Steve Jobs, riskkapitalisten John Doerr och Muhammad Yunus, som fick Nobels fredspris 2006 för konceptet med mikrokrediter.

– En sak som utmärker vår tid är att många just nu väljer mellan status quo och förändring. Entreprenörer – oavsett om de arbetar socialt eller säljer saker – är människor som är beredda att utmana status quo. Entreprenörer hittar nya lösningar.

Vad kan en bilhandlare i Kramfors lära av Jobs, Doerr och Yunus?

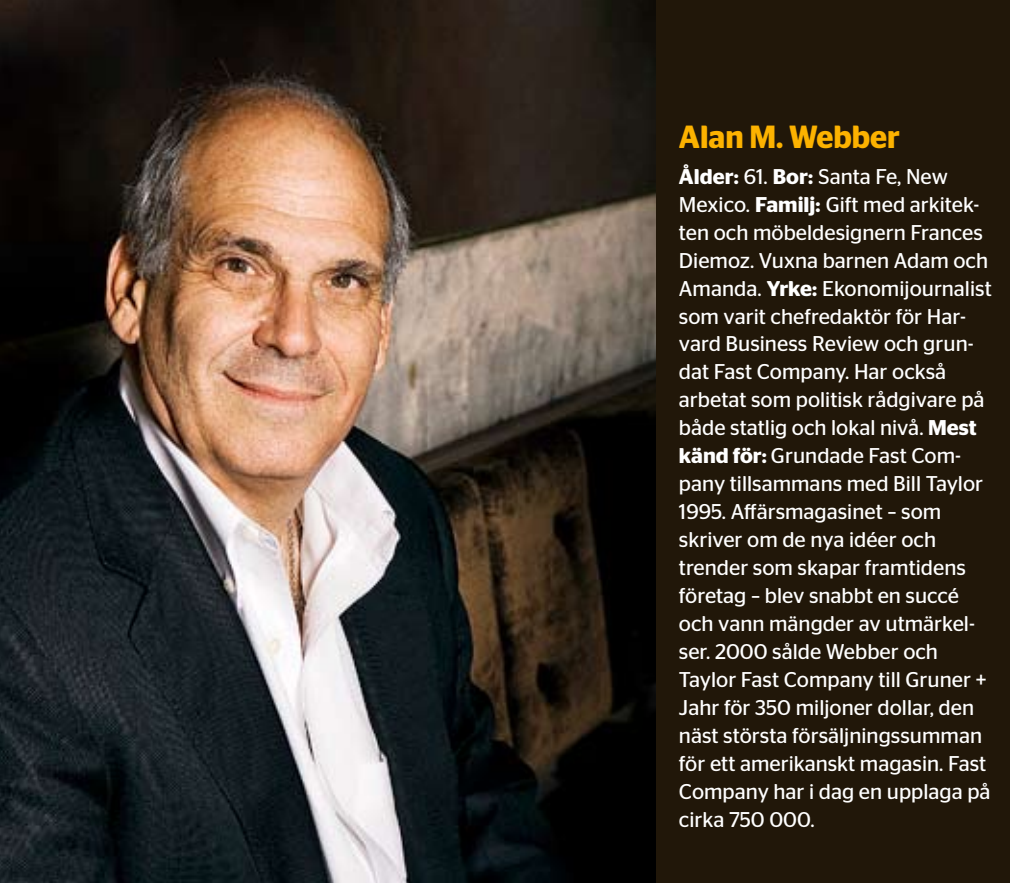
– Massor. En bilhandlare kan varje dag titta på sitt jobb, på marknaden och produkten och fråga sig: Hur kan jag se det här ur ett nytt perspektiv? Hur kan jag tillföra ny energi?

ALAN WEBBER HÄMTAR ett exempel från 60-talets Japan, då bilar såldes med hjälp av dörrförsäljare. Det blev många nej under en arbetsdag, men gav också intressant information från människor som aldrig skulle söka upp försäljaren i en bilhall.

– Har en bilhandlare i norra Sverige någonsin tänkt på att knacka dörr? Jag hade inte gjort det. Tänk efter: det är inte gjort, det är ovanligt, det är innovativt. Borde bilhandlaren göra det? Inte vet jag, det är kanske en jättekorkad idé. Poängen är att det finns enorma möjligheter – oavsett om du säljer bilar eller försäkringar – att vara innovativ.

Vilket leder fram till tumregel 22: "Se världen med kundens ögon". Alan Webber fortsätter:

– Det är viktigt att fråga sig: Vad är det kunden köper – egentligen? Om du försöker se transaktionen ►►



Alan M. Webber

Ålder: 61. **Bor:** Santa Fe, New Mexico. **Familj:** Gift med arkitekten och möbeldesignern Frances Diemoz. Vuxna barnen Adam och Amanda. **Yrke:** Ekonomijournalist som varit chefredaktör för Harvard Business Review och grundat Fast Company. Har också arbetat som politisk rådgivare på både statlig och lokal nivå. **Mest känd för:** Grundade Fast Company tillsammans med Bill Taylor 1995. Affärsmagasinet – som skriver om de nya idéer och trender som skapar framtidens företag – blev snabbt en succé och vann mängder av utmärkelser. 2000 sålde Webber och Taylor Fast Company till Gruner + Jahr för 350 miljoner dollar, den näst största försäljningssumman för ett amerikanskt magasin. Fast Company har i dag en upplaga på cirka 750 000.

” Du måste vara beredd på att misslyckas. Faktum är att det är en fördel, eller nästan ett krav, att någon gång ha misslyckats för att kunna lyckas som entreprenör.

► med kundens ögon kommer du inse att det de köper inte är det du tror att du säljer.

Han ser sig omkring i lokalen där vi sitter. En trendig restaurang som hör till ett designhotell, beläget nära Stureplan i Stockholm.

– En del tror att hotell handlar om att erbjuda ett rum där man kan sova. Det är en missuppfattning. Visst, du kan välja att vara ett billigt budgethotell men det är ingen affär med stora marginaler. Om du vill kunna ta betalt måste du sälja design, eller status. Som här: cool inredning, cool musik. Det är förresten en annan tumregel: ”Innehåll är inte allt. Sammanhang är allt.”

Har det blivit lättare eller svårare att bli framgångsrik som företagare under det senaste decenniet?

– Lättare. Ekonomin går upp och ner, investeringsviljan likaså, men vi befinner oss i en tid då människor hungrar efter nya idéer. Stora delar av den gamla världsekonomin genomgår dramatiska förändringar, gamla industrier ömsar skinn likt ormar. Tröskeln för att slå sig in med en ny idé är lägre än någonsin. Det här är en fantastisk tid för att testa nya saker.

Vad är viktigast att ha i åtanke innan man testar en vild idé?

– Att du måste vara beredd på att misslyckas. Faktum är att det är en fördel, eller nästan ett krav, att någon gång ha misslyckats för att kunna lyckas som entreprenör. Om du tar din affärsplan till Sand Hill Road i Silicon Valley kommer de inte bara titta på din idé, utan de vill också veta vad du har misslyckats med. De vill veta att du har modet att prova något och ta en risk. Det är en sådan person de är villiga att investera i, någon som är modig nog att misslyckas.

Vilken av dina 52 tumregler är din personliga favorit?

– Jag kommer ofta tillbaka till den sista: ”Skärp dig! Det finns lärare överallt”. Jag avslutar med den för att jag vill få folk att verkligen gå runt och lyssna – varje dag. Om man verkligen lyssnar på vad folk säger, i stället för att sova sig igenom samtal, händer magiska saker.

Till sist: vad håller dig sömnlös på natten?

– Känslan att jag inte har påverkat världen tillräckligt mycket. Men jag jobbar på det. ■

5 tumregler för att lyckas i affärer:

1 Inget händer förrän pengarna ligger på bordet. Det finns två sorters entreprenörer: de som älskar att prata, men som sällan lyckas göra verklighet av sin idé. Och de som inte snackar ihjäl idén, utan ser till att skaffa kapital först.

2 Lär dig att betrakta ett nej som en fråga. Ett ”nej” från en kund kan vara en bättre investering än en check på en miljon dollar. Personen som sade ”nej” har förmodligen ägnat frågan både tid och uppmärksamhet – ta tillfället i akt att lyssna och få konstruktiv kritik. Fortsätt sedan arbeta med idén och förbättra den.

3 Det är inget misslyckande att misslyckas. Det är ett misslyckande att inte försöka. Misslyckande lär en sådant som man inte kan lära sig på något annat sätt. Om man inte var rädd för att misslyckas – vad skulle man då försöka göra i dag? Vad kommer man om tio år ångra att man aldrig försökte?

4 Se världen med kundens ögon. Prata mindre och lyssna mer. Hävda mindre och ställ fler frågor. Fokusera mindre på produktion och mer på återkoppling. Köp mindre reklam och saml in mer data.

5 Skillnaden mellan en kris och en möjlighet ligger i när man får reda på dem. Företag där det inte är tillåtet att tala om problem får snart problem – på riktigt.

Utlottning: Vinn Alan Webbers bok

Du&Co lottar ut fem exemplar av Alan Webbers bok ”Tumregler – 52 sanningar för att lyckas med affärer utan att förlora sig själv”. **Svara rätt på följande fråga:** Harvard Business Review ges ut av företagsekonomiska fakulteten vid Harvard University. Universitetet ligger strax utan-



för en amerikansk storstad – vilken? Skicka oss svaret!

E-post: du.co@spoon.se **SMS:** Skriv DUCO (mellanslag) tävling (mellanslag) ditt svar (mellanslag) och skicka till 72580 (Kostnad

5 kr + ev. trafikavgift). **Eller posta ditt svar till:** Du&Co, Spoon Publishing, Kungstensgatan 21 B, 113 57 Stockholm. Vi vill ha ditt svar före 17 december 2009.