

Wojny biznesowe
David Brown
tłumaczenie: Joanna Radosz

Dlaczego niektóre firmy triumfują a inne upadają?

iPhone kontra BlackBerry. Adidas kontra Puma. Fender kontra Gibson. H&M kontra Zara. David Brown, autor jednego z najpopularniejszych podcastów, „Business Wars”, przedstawia największe rywalizacje biznesowe w historii. Co stoi za sukcesami i porażkami marek, które wpływają na nasze życie?

David Brown wykorzystując kultowe strategiczne zagrywki i rady Sun Zi pokazuje, jak potężne firmy wyrastają, pokonują rywali, tworzą innowacyjne plany i dostosowują się do zmiennych oczekiwań społeczeństwa. Ich cel? Być o kilka kroków przed resztą i pozostać triumfalnym tytanem swojej branży.

Opowieści zawarte w Wojnach biznesowych ekscytują, ale jednocześnie dają bezcenne lekcje: determinacji, kreatywności, cierpliwości, finezji, wytrwałości i innych cech, które prowadzą do stworzenia zwycięskiej firmy. Te wnioski przydadzą się wszystkim: od freelancerów po dyrektorów międzynarodowych korporacji.

OPINIE O KSIĄŻCE

„Wojny biznesowe to najlepsza seria historii o budowie biznesu jakiej kiedykolwiek słuchałem. To nie tylko spora dawka inspiracji, ale często bardzo namacalny know-how, który byłem w stanie dość szybko przenieść na prowadzenie swojego biznesu. Polecam najmocniej.”

Michał Sadowski, Brand24

„Niemal każdy na świecie myśli, że twórcami kinematografii są bracia Lumière. Ale to nie prawda. Twórcą kinematografii jest Polak Kazimierz Prószyński, ale o tym nie wie już niemal nikt. Książka Davida Browna w niebywale precyzyjny sposób unaocznia fakt, że nie zawsze sukces osiąga ten, kto jako pierwszy oswoił nową technologię. Czasem dzieje się tak dzięki inicjatywie trafiającej po prostu na właściwy moment. Brown stara się zbudować definicję tego momentu, by następnie pokazać nam determinanty skutecznego wdrażania innowacji. W dużej mierze mu się to udaje.”

Dr Maciej Kawecki, prezes Instytutu Lema, prorektor WSB w Warszawie

„Wprowadzenie nowej technologii na rynek zawsze przebiega wg pewnego schematu, ale sukces odnoszą tylko nieliczne, czy to w USA czy w Indiach. Tak było w przypadku pierwszego modelu samochodu Forda i komputera IBM-a, restauracji McDonalds, przeglądarki Internet Explorer firmy Microsoft, komórki iPhone firmy Apple, sieci filmowej Netfliks, a nawet hinduskiej firmy biofarmaceutycznej Biocon wartej obecnie miliardy dolarów, podczas gdy o ich najgroźniejszych rywalach – UNIVAC-u, Mosaice i Netscape-ie, BlackBerry czy Blockbusterze nikt już nie pamięta. Warto przestudiować tę książkę, żeby dowiedzieć się dlaczego.”

Wojciech Gryciuk, „Manager Report”