

ΘΕΛΩ ΝΑ ΤΑ ΠΑΡΑΤΗΣΩ

Σχεδόν κάθε μέρα σκέφτομαι να τα παρατήσω, στ' αλήθεια. Όχι όλη μέρα, βέβαια, αλλά υπάρχουν τέτοιες στιγμές.

Στοιχηματίζω ότι έχετε ζήσει κι εσείς παρόμοιες στιγμές. Αν είστε από τους ανθρώπους που κυνηγούν στόχους και υψηλά επιτεύγματα, από τους ανθρώπους που θα διάβαζαν ένα τέτοιο βιβλίο, θα είστε συνηθισμένοι να αντιμετωπίζετε εμπόδια. Εμπόδια στη δουλειά ή στην προσωπική σας ζωή, αλλά και εμπόδια που σχετίζονται με τη φυσική σας κατάσταση ή με τη νίκη στα επιτραπέζια παιχνίδια.

Τις περισσότερες φορές, αντιμετωπίζουμε αυτά τα εμπόδια με επιμονή. Άλλοτε απογοητευόμαστε και στρεφόμαστε σε εμπνευσμένα ρητά, όπως εκείνο του Vince Lombardi: «Αυτοί που τα παρατούν δεν νικούν ποτέ και αυτοί που νικούν δεν εγκαταλείπουν». Κακή συμβουλή. Οι νικητές τα παρατούν συνέχεια. *Απλώς εγκαταλείπουν αυτό που πρέπει την κατάλληλη στιγμή.*

Οι περισσότεροι άνθρωποι τα παρατούν. Απλώς δεν το κάνουν σωστά. Στην πραγματικότητα, πολλά επαγγέλματα και πολλές αγορές επωφελούνται από εκείνους που εγκαταλείπουν την προσπάθεια. Η κοινωνία θεωρεί δεδομένο ότι θα τα παρατήσετε, ενώ πολλές επιχειρήσεις και οργανισμοί βασίζονται σε αυτό.

Αν μάθετε για τα συστήματα που έχουν δημιουργηθεί για να ενθαρρύνουν την παραίτηση, θα έχετε περισσότερες πιθανότητες να τα αντιμετωπίσετε. Και αν κατανοήσετε τη συνηθισμένη παγίδα που κάνει πολλούς να το βάζουν κάτω (την αποκαλώ «πυθμένα»), θα έχετε κάνει ένα ακόμα βήμα για να την παρακάμψετε.

Οι ελάχιστοι εκείνοι που μπορούν να συνεχίσουν λίγο περισσότερο από τους άλλους αποκομίζουν εξαιρετικά οφέλη.

Εξαιρετικά οφέλη αποκομίζουν επίσης όσοι έχουν το θάρρος να παρατήσουν κάτι από νωρίς και να επανεστιάσουν τις προσπάθειές τους σε κάτι καινούργιο.

Και στις δύο περιπτώσεις, το ερώτημα είναι αν είστε μοναδικοί σε αυτό που κάνετε. Αν ξεπερνάτε τις δυσκολίες και φτάνετε στο τέρμα.

Εγκαταλείψτε ό,τι είναι λάθος για σας.

Επιμείνετε σε ό,τι είναι σωστό.

Βρείτε το θάρρος να κάνετε το ένα ή το άλλο.

Ο καλύτερος στον κόσμο

Η Χάνα Σμιθ είναι πολύ τυχερή. Είναι νομική βοηθός στο Ανώτατο Δικαστήριο των ΗΠΑ. Είναι η καλύτερη στον κόσμο.

Την περασμένη χρονιά, πάνω από σαράντα δύο χιλιάδες άτομα αποφοίτησαν από νομικές σχολές των Ηνωμένων Πολιτειών. Μόνο τριάντα επτά έγιναν νομικοί βοηθοί του Ανώτατου Δικαστηρίου.

Αυτά τα τριάντα επτά άτομα ουσιαστικά θα έχουν εξασφαλισμένη εργασία για όλη τους τη ζωή αφού ολοκληρώσουν τη μονοετή θητεία τους στο Ανώτατο Δικαστήριο. Οι κορυφαίες νομικές εταιρείες προσφέρουν μπόνους πρόσληψης 200.000 δολαρίων, ή και παραπάνω, στους νομικούς βοηθούς που μπορούν να προσλάβουν. Οι νομικοί βοηθοί του Ανώτατου Δικαστηρίου γίνονται αργότερα εταίροι νομικών εταιρειών, δικαστές και γεροϋσιαστές.

Εδώ αξίζει να σημειώσουμε δύο πράγματα. Το πρώτο είναι ότι η Χάνα Σμιθ δεν είναι καθόλου τυχερή. Είναι έξυπνη, επικεντρωμένη στους στόχους της και απίστευτα εργατική.

Και το δεύτερο; Ότι οποιοδήποτε από τα σαράντα δύο χιλιάδες άτομα που αποφοίτησαν από τις νομικές σχολές πέρσι θα μπορούσε να πάρει τη θέση της Χάνα. Μόνο που δεν τα κατάφεραν. Όχι επειδή δεν ήταν αρκετά έξυπνοι ή δεν είχαν το κατάλληλο οικογενειακό υπόβαθρο.

Όχι. Ο λόγος για τον οποίο οι περισσότεροι από αυτούς δεν είχαν καμία πιθανότητα να τα καταφέρουν είναι ότι κάπου στα μισά του δρόμου τα παράτησαν. Δεν τα παράτησαν στο λύκειο, ούτε στο κολέγιο, ούτε στη Νομική. Εγκατέλειψαν, όμως, την προσπάθεια να γίνουν οι καλύτεροι γιατί, απλούστατα, το κόστος τούς φαινόταν πολύ υψηλό.

Κρατάτε στα χέρια σας ένα πολύ μικρό βιβλίο για ένα πολύ σημαντικό θέμα: την εγκατάλειψη της προσπάθειας, την παραίτηση. Είτε το πιστεύετε είτε όχι, η παραίτηση πολλές φορές είναι σπουδαία στρατηγική, ένας έξυπνος τρόπος να διαχειριστείτε τη ζωή και τη σταδιοδρομία σας. Κάποιες άλλες φορές, όμως, η παραίτηση αποτελεί λανθασμένη επιλογή. Φαίνεται ότι υπάρχει ένας πολύ απλός τρόπος για να διακρίνετε τη διαφορά.

Η Χάνα, εκτός από την εξυπνάδα της, την εστίαση στο στόχο και την απίστευτη εργατικότητα της, είναι και άνθρωπος που τα παρατά. Για να φτάσει εκεί που έφτασε, έχει εγκαταλείψει αναρίθμητες άλλες επιδιώξεις της. Πράγματι, δεν μπορείτε να κάνετε τα πάντα, ειδικά αν θέλετε να γίνετε οι καλύτεροι στον κόσμο.

Πριν αρχίσουμε να μιλάμε για την παραίτηση, όμως, μάλλον πρέπει να σας πείσω για την αξία της υπεροχής.

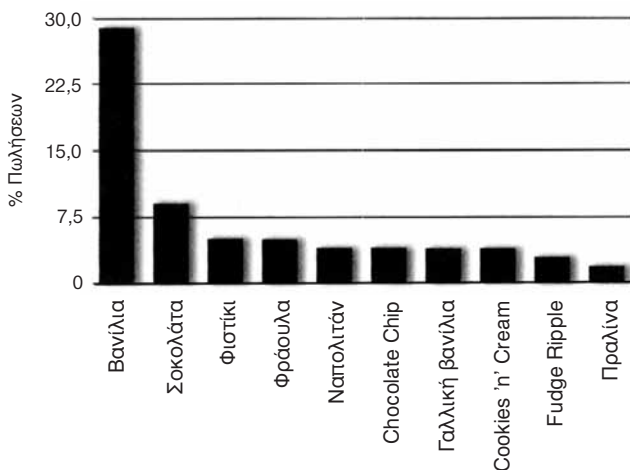
Η εκπληκτική αξία της υπεροχής

Η κουλούρα μας δοξάζει τους σουπερστάρ. Ανταμείβουμε το προϊόν, τραγούδι, οργανισμό ή υπάλληλο, που αγγίζει την κορυφή. Οι ανταμοιβές είναι τόσο ασύμμετρες ώστε, κατά κανόνα, ο πρώτος απολαμβάνει δέκα φορές μεγαλύτερα οφέλη από τον δέκατο και εκατό φορές μεγαλύτερα από τον εκατοστό.

Σύμφωνα με την International Ice Cream Association, αυτές είναι οι δέκα πιο δημοφιλείς γεύσεις παγωτού:

- Βανίλια
- Σοκολάτα
- Φιστίκι
- Φράουλα
- Ναπολιτάν
- Chocolate Chip
- Γαλλική βανίλια
- Cookies 'n' Cream
- Fudge Ripple
- Πραλίνα

Είναι λογικό να υποθέσετε, όπως μάλλον κάνετε για τις περισσότερες παρόμοιες λίστες, ότι οι κορυφαίες γεύσεις είναι λίγο πιο δημοφιλείς από τις άλλες. Όμως η πραγματική κατανομή είναι η εξής:



Αυτό συμβαίνει *πάντα* (ή σχεδόν πάντα). Ονομάζεται νόμος του Zipf και ισχύει για τα βιογραφικά υποψηφίων, για τις αιτήσεις σε κολέγια, για τους δίσκους με τη μεγαλύτερη εμπορική επιτυχία και για καθετί άλλο. Οι νικητές αποκομίζουν μεγάλο κέρδος επειδή η αγορά τους λατρεύει.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι η κατάταξη του box-office στη διάρκεια μιας ιδιαίτερα κακής κινηματογραφικής εβδομάδας τον Αύγουστο του 2006:

Ο ανίκητος (Invincible)

Ο ελεεινός ιππότης της ασφάλτου (Talladega Nights:
The Ballad of Ricky Bobby)

Little Miss Sunshine

Εις υγείαν! (Beerfest)

Δίδυμοι πύργοι (World Trade Center)

Φοιτητής στα ψέματα (Accepted)

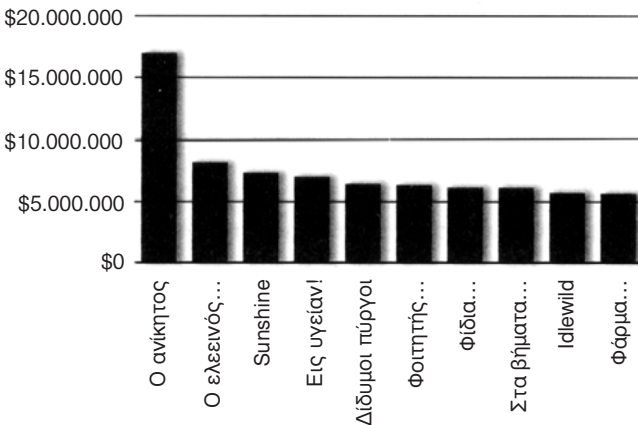
Φίδια στο αεροπλάνο (Snakes on a Plane)

Στα βήματα του πάθους (Step Up)

Idlewild

Φάρμα story (Barnyard)

Είναι δύσκολο να λυπηθούμε για την τύχη της φρικτής ταινίας *Εις υγείαν!*, έτσι δεν είναι; Άλλωστε, βρίσκεται στην τέταρτη θέση. Τα πράγματα όμως αλλάζουν αν κοιτάξουμε το διάγραμμα των εισπράξεων:



Αν έχετε διαβάσει το βιβλίο του Chris Anderson *Η μακριά ουρά* (Κάτοπτρο, 2008), όλα αυτά δεν σας είναι άγνωστα. Όμως εδώ δεν με ενδιαφέρει η μακριά ουρά – θέλω να σας δείξω την κοντή κεφαλή. Την κοντή, πλατιά και κερδοφόρα κεφαλή. Αυτό είναι το ζουμερό μερίδιο αγοράς που ανήκει σε όσους βρίσκονται στην κορυφή της λίστας.

Γιατί η υπεροχή έχει σημασία

Οι άνθρωποι δεν έχουν πολύ διαθέσιμο χρόνο και δεν θέλουν να ρισκάρουν. Αν κάποιος πάθει καρκίνο στον αφαλό, δεν θα χάσει το χρόνο του πηγαίνοντας σε πολλούς γιατρούς. Θα πάει κατευθείαν στον «κορυφαίο», σε εκείνον που θεωρείται ο καλύτερος στον κόσμο. Γιατί να το ρισκοκινδυνέψει αφού έχει μόνο μία ευκαιρία;

Όταν επισκέπτεστε μια καινούργια πόλη, πηγαίνετε σε ένα συνηθισμένο εστιατόριο ή ζητάτε από τον ρεσεψιονίστ του ξενοδοχείου να σας συστήσει το καλύτερο;

Όταν θέλετε να προσλάβετε κάποιον στην ομάδα σας, ζητάτε από το τμήμα προσωπικού να σας δώσει ένα μέτριο βιογραφικό ή να ξεχωρίσει εκείνους με τα περισσότερα προσόντα;

Τα στενά χρονικά περιθώρια ή η μικρή δυνατότητα για

πειραματισμό μάς αναγκάζουν να περιορίζουμε τις επιλογές μας σε εκείνους που βρίσκονται στην κορυφή.

Δεν είστε οι μόνοι που αναζητάτε την καλύτερη επιλογή. Όλοι αυτό κάνουν. Έτσι οι κορυφαίοι έχουν τεράστια οφέλη. Η κλίμακα δεν είναι γραμμική. Το να είσαι πρώτος δεν σημαίνει ότι κερδίζεις λίγο περισσότερα επειδή έχεις επενδύσει λίγο περισσότερο. Το διάγραμμα είναι καμπύλη, και μάλιστα με απότομη κλίση.

Ο (πραγματικός) λόγος για την αξία της πρώτης θέσης

Ο δεύτερος λόγος για τον οποίο ο κορυφαίος απολαμβάνει τέτοια τεράστια οφέλη είναι λιγότερο εμφανής. Η κορυφή έχει σημασία γιατί εκεί υπάρχει χώρος μόνο για λίγα άτομα. *Η σπανιότητα δίνει αξία στην κορυφή.* Υπάρχουν εκατοντάδες μάρκες εμφιαλωμένου νερού και όλες είναι περίπου ίδιες. Έτσι δεν αναζητάμε το καλύτερο νερό. Δεν υπάρχει κορυφή στα εμφιαλωμένα νερά. Για τις σαμπάνιες τα πράγματα είναι διαφορετικά. Η Dom Pérignon είναι η καλύτερη ή σχεδόν η καλύτερη σαμπάνια: έτσι είμαστε διατεθειμένοι να την αγοράζουμε ακριβότερα.

Σε τι έγκειται η σπανιότητα; Στα εμπόδια που ορθώνουν οι αγορές και οι κοινωνίες μας. Οφείλεται στο γεγο-

νός ότι οι περισσότεροι ανταγωνιστές εγκαταλείπουν πολύ πριν καταφέρουν να δημιουργήσουν κάτι που θα αγγίξει την κορυφή. Έτσι πρέπει να γίνεται. Σε αυτό στηρίζεται το σύστημα.

Ο καλύτερος του κόσμου;

Όποιος θελήσει να σας προσλάβει, να αγοράσει κάτι από σας, να σας συστήσει σε τρίτους, να σας ψηφίσει ή να κάνει κάτι που θέλετε εσείς να κάνει, θα αναρωτηθεί αν είστε η καλύτερή του επιλογή.

Όταν λέμε *καλύτερη επιλογή* εννοούμε: καλύτερη για εκείνον, τη δεδομένη στιγμή, με βάση τις αντιλήψεις και την πληροφόρηση που έχει. Και όταν λέμε *καλύτερη επιλογή στον κόσμο* εννοούμε: στον κόσμο του, στον κόσμο στον οποίο έχει πρόσβαση.

Έτσι, αν αναζητώ τον καλύτερο γλωσσικό επιμελητή, θέλω τον καλύτερο επιμελητή στη γλώσσα μου, που να είναι διαθέσιμος και που να μπορεί να συνεργαστεί μαζί μου έναντι μιας λογικής αμοιβής. Αυτό σημαίνει ο *καλύτερος στον κόσμο* για μένα. Αν χρειαστώ γιατρό για την κήλη μου, θέλω εκείνον που είναι ο καλύτερος γιατί μου τον σύστησαν οι φίλοι μου ή οι συνεργάτες μου και επειδή ανταποκρίνεται στο πρότυπο που έχω για τον καλό για-

τρό. Επιπλέον πρέπει να μένει στην ίδια πόλη με μένα και να μπορεί να μου κλείσει ραντεβού σε εύλογο χρονικό διάστημα. Έτσι ο όρος *κόσμος* γίνεται πολυσήμαντος.

Οι μαζικές αγορές εξαφανίζονται. Δεν υπάρχει πλέον ένα μόνο καλό τραγούδι ή ένα μόνο καλό είδος καφέ. Τώρα υπάρχουν εκατομμύρια μικροαγορές, με την καθεμία να διαθέτει ένα προϊόν που είναι το *καλύτερο*. Αν η μικροαγορά σας είναι «η αγορά οργανικών προϊόντων στη γειτονιά», τότε αυτός είναι ο κόσμος σας. Και η επιθυμητή θέση είναι να είστε ο καλύτερος σε *αυτό* τον κόσμο.

Το *καλύτερος* είναι υποκειμενικό. Εγώ (ο καταναλωτής) αποφασίζω, όχι εσείς. Το *κόσμος* είναι εγωιστικό. Είναι ο δικός μου ορισμός, όχι ο δικός σας. Είναι ο κόσμος που ορίζω εγώ, ανάλογα με το τι με βολεύει ή τι προτιμώ. Αν είστε ο καλύτερος στον κόσμο μου, θα με έχετε πελάτη σας και θα είμαι διατεθειμένος να πληρώσω υψηλότερη αμοιβή.

Ο κόσμος γίνεται μεγαλύτερος γιατί μπορώ να ψάξω παντού όταν θέλω να βρω κάτι (ή κάποιον). Αυτό σημαίνει ότι η ποικιλία είναι τεράστια, και επίσης ότι μπορώ να ορίσω τον κόσμο μου σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά μου – και να βρω αυτό που θέλω οπουδήποτε στον πλανήτη.

Ταυτόχρονα, ο κόσμος γίνεται μικρότερος γιατί οι κατηγορίες γίνονται πιο ειδικές. Τώρα μπορώ να βρω τον προμηθευτή με τα καλύτερα τσουρέκια χωρίς γλουτένη,

που είναι διατεθειμένος να μου τα στείλει την επόμενη μέρα στο σπίτι μου. Μπορώ, αυτή τη στιγμή, να βρω στο διαδίκτυο το καλύτερο λογισμικό διαχείρισης κινδύνου στον τομέα που με ενδιαφέρει. Μπορώ να βρω το καλύτερο θέρετρο γυμνιστών στη Βόρεια Αμερική με έξι κλικ του ποντικιού μου. Έτσι, αν και είναι σημαντικότερο από ποτέ να είστε οι καλύτεροι στον κόσμο, είναι επίσης και πιο εύκολο – αν επιλέξετε το σωστό και επιμείνετε σε αυτό μέχρι τέλους. Υπάρχει περισσότερος χώρος για επιτυχία, από την άλλη όμως διακυβεύονται περισσότερα.

Ο Άντι Γουόρχολ υπήρξε ο καλύτερος του κόσμου. Το ίδιο και το ταϊλανδέζικο εστιατόριο Sripraphai στο Κουίνς. Το ίδιο και ο εκδότης μου. Το ίδιο κι εσείς, αν το θέλετε. Αν δεν σας έπεισα ότι πρέπει να γίνετε οι καλύτεροι στον κόσμο, μάλλον δεν χρειάζεται να διαβάσετε παρακάτω. Αν σας έπεισα αλλά σας φαίνεται απελπιστικά δύσκολο να τα καταφέρετε, τότε πρέπει να εγκαταλείψετε την προσπάθεια.

Το πρόβλημα του άπειρου

Το πρόβλημα με το άπειρο είναι ότι παραείναι πολύ.

Σε όλες σχεδόν τις αγορές, ο αριθμός των επιλογών προσεγγίζει πλέον το άπειρο. Όταν οι άνθρωποι έρχονται

Μόνο οι ταλαιτούχοι ανησυχούν
για τη μετριότητα



αντιμέτωποι με το άπειρο, πανικοβάλλονται. Μερικές φορές δεν αγοράζουν τίποτα. Άλλοτε αγοράζουν το πιο φτηνό προϊόν. Πολλοί, όταν βρίσκονται αντιμέτωποι με άπειρο αριθμό επιλογών, επιλέγουν τον κορυφαίο της αγοράς. Τα ευπώλητα βιβλία επιλέγονται συχνότερα από τα βιβλία χαμηλής κυκλοφορίας. Οι ιστοσελίδες που είναι καταχωρημένες στο Digg παρουσιάζουν εκατοντάδες φορές μεγαλύτερη κίνηση από τις άλλες. Οι μεγάλες ασφαλιστικές εταιρείες διαθέτουν μεγάλο πελατολόγιο απλά επειδή είναι μεγάλες.

Ο αριθμός των ατόμων που αναζητούν εργασία πλησιάζει το άπειρο. Το ίδιο και ο αριθμός των εταιρειών παρο-

χής επαγγελματικών υπηρεσιών, των δικηγόρων, των ινστιτούτων αισθητικής, των coffee bars και των σαπουνιών. Το καλύτερο που έχετε να κάνετε είναι να είστε οι καλύτεροι.

Αυτό είναι το καλύτερο που μπορείτε να κάνετε;

Αιτήσεις πρόσληψης γραμμένες ολόκληρες με ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ. Διαφημιστική αλληλογραφία με το όνομα του παραλήπτη γραμμένο λάθος. Πωλητές που ανυπομονούν να κερδίσουν έναν πελάτη αλλά στη συνέχεια δεν επικοινωνούν ξανά μαζί του. Γιατροί που δεν κάνουν τον κόπο να τηλεφωνήσουν σε έναν παλιό ασθενή τους για να δουν αν ένα καινούργιο φάρμακο που του συνταγογράφησαν είχε αποτελέσματα. Οι άνθρωποι συμβιβάζονται. Συμβιβάζονται με λιγότερα από όσα μπορούν να κάνουν. Το ίδιο και οι επιχειρήσεις. Συμβιβάζονται με το *αρκετά καλό* αντί να επιδιώξουν το *καλύτερο*.

Αν δεν πρόκειται να καταβάλετε την απαιτούμενη προσπάθεια για να είστε η καλύτερη δυνατή επιλογή μου, ποιος ο λόγος να μπειτε στον κόπο;

Είναι θεμιτή στρατηγική επιτυχίας το «Δεν υπήρχε κανένας καλύτερος»; Ελπίζετε να επιτύχετε απλά επειδή θα είστε η μοναδική επιλογή κάποιου;

Ο λόγος για τον οποίο οι μεγάλες επιχειρήσεις σχεδόν πάντοτε αποτυγχάνουν όταν προσπαθούν να δραστηριοποιηθούν σε νέες αγορές είναι η προθυμία τους να συμβιβαστούν. Νομίζουν ότι επειδή είναι μεγάλες και ισχυρές μπορούν να εφησυχάσουν, να κάνουν λιγότερα, να πάνε να βελτιώνουν κάτι ώσπου να το τελειοποιήσουν. Συμβιβάζονται για να μη θίξουν άλλα τμήματα της επιχείρησης ή για να εκτεθούν οι ίδιοι όσο το δυνατόν λιγότερο. Έτσι αποτυγχάνουν. Αποτυγχάνουν γιατί δεν γνωρίζουν πότε να τα παρατήσουν και πότε να αρνηθούν να συμβιβαστούν.

Το μεγαλύτερο λάθος του σχολείου

Σχεδόν όλα όσα μάθατε στο σχολείο για τη ζωή είναι λάθος, αλλά το μεγαλύτερο λάθος μπορεί κάλλιστα να είναι η αντίληψη: «Το μυστικό της επιτυχίας είναι να έχεις καλή απόδοση σε όλα».

Όταν γυρίζατε σπίτι από το σχολείο με δύο Α, ένα Β+ και τρία Β, τα είχατε πάει καλά. Φανταστείτε το καημένο παιδί που πήρε ένα Α+ και τέσσερα Γ. Θα είχε μεγάλο πρόβλημα.

Προχωρήστε μπροστά στο χρόνο κατά μερικές δεκαετίες από τα σχολικά χρόνια και σκεφτείτε τις αποφάσεις

που παίρνετε σήμερα – ποιον γιατρό θα επιλέξετε, σε ποιο εστιατόριο θα πάτε ή ποιο λογιστή θα προσλάβετε. Πόσο συχνά αναζητάτε κάποιον που να είναι πολύ καλός σε πράγματα τα οποία δεν χρειάζεστε; Πόσο συχνά αναμένετε από το λογιστή σας να είναι προσεκτικός οδηγός και να παίζει καλό γκολφ;

Στις ελεύθερες αγορές ανταμείβουμε το εξαιρετικό.

Στο σχολείο μαθαίνουμε στα παιδιά πως όταν κάτι γίνεται πολύ δύσκολο, πρέπει να το αφήνουν και να επικεντρώνονται στο επόμενο πράγμα. Το φρούτο στο χαμηλό κλαδί είναι ακριβώς μπροστά σας· δεν υπάρχει λόγος να χάνετε χρόνο σκαρφαλώνοντας στο δέντρο.

Σε βιβλίο με συμβουλές προς υποψηφίους αναφέρεται: «Διαβάστε στα γρήγορα τις ερωτήσεις και απαντήστε πρώτα τις ευκολότερες, αφήνοντας εκείνες που δεν γνωρίζετε». Κακή συμβουλή. Οι σουπερστάρ δεν μπορούν να αφήνουν τις ερωτήσεις που δεν γνωρίζουν. Στην πραγματικότητα, οι κορυφαίοι γίνονται πολύ καλοί στις ερωτήσεις που δεν γνωρίζουν. Όσοι αφήνουν τις δύσκολες ερωτήσεις αποτελούν και την πλειονότητα, επομένως δεν έχουν ζήτηση.

Πολλές εταιρείες φροντίζουν να είναι πλήρως εξοπλισμένες: διαθέτουν τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, υποδοχή, προσβάσιμη τοποθεσία, διαφημιστικά φυλλάδια και ούτω καθεξής – αλλά είναι όλα μέτρια. Στις περισσό-

τερες περιπτώσεις οι υποψήφιοι πελάτες επιλέγουν κάποια ανταγωνίστρια εταιρεία η οποία μπορεί να μην παρουσιάζει καλή απόδοση σε κάποιους τομείς, αλλά είναι εξαιρετική στους τομείς με τη μεγαλύτερη βαρύτητα.

Η μαγεία της παραίτησης

Είκοσι χρόνια πριν, διάβασα ένα βιβλίο που μου άλλαξε τη ζωή. Λεγόταν *Η μαγεία της μεγαλόπνοης σκέψης* (Κλειδάριθμος, 1999). Δεν έχω συγκρατήσει τίποτε απολύτως από αυτό το βιβλίο. Αυτό που θυμάμαι είναι ότι μέσα σε μια στιγμή άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμουν την επιτυχία.

Ελπίζω οι επόμενες μια δυο σελίδες να έχουν το ίδιο αποτέλεσμα και για σας. Θέλω να αλλάξω τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεστε την επιτυχία (και την παραίτηση).

Οι περισσότεροι θα σας πουν ότι πρέπει να επιμένετε, να προσπαθείτε πιο πολύ, να αφιερώνετε περισσότερες ώρες, να εκπαιδεύεστε πιο πολύ και να εργάζεστε σκληρά. «Μην τα παρατάτε!» διατυμπανίζουν. Όμως, αν το μόνο που χρειάζεται κανείς για να επιτύχει είναι να μην εγκαταλείπει, γιατί άραγε υπάρχουν επιχειρήσεις λιγότερο δραστήριες από τη δική σας που επιτυγχάνουν; Γιατί υπάρχουν άτομα λιγότερο ταλαντούχα από σας που κερδίζουν;

Αυτό συνδέεται με την κατανόηση της δομής της παραίτησης και, είτε το πιστεύετε είτε όχι, σημαίνει ότι πρέπει να εγκαταλείπετε πολύ συχνότερα από ό,τι τώρα.

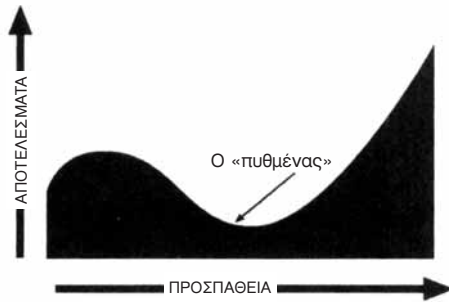
Η *στρατηγική* παραίτηση είναι το μυστικό των επιτυχημένων επιχειρήσεων. Η αντιδραστική παραίτηση και η παραίτηση κατά συρροή αποτελούν την πηγή δυστυχίας όλων όσων πασχίζουν να επιτύχουν αυτό που επιθυμούν (αλλά δεν τα καταφέρνουν). Οι περισσότεροι κάνουν ακριβώς αυτό. Εγκαταλείπουν όταν κάτι είναι επίτιμο και συνεχίζουν την προσπάθεια όταν δεν θέλουν να μπουκ στον κόπο να τα παρατήσουν.

Δύο καμπύλες ορίζουν σχεδόν όλες τις δυνατές καταστάσεις που μπορεί να αντιμετωπίσετε καθώς προσπαθείτε να επιτύχετε κάτι. (Όλα τα υπόλοιπα καλύπτονται από μερικές δευτερεύουσες καμπύλες.) Το πρώτο βήμα για να επιτύχετε αυτό που επιθυμείτε είναι να κατανοήσετε τα διαφορετικά είδη καταστάσεων που σας κάνουν να εγκαταλείπετε – ή που θα έπρεπε να σας κάνουν να εγκαταλείψετε.

ΚΑΜΠΥΛΗ 1: Ο «ΠΥΘΜΕΝΑΣ»

Σχεδόν όλα όσα αξίζει να κάνετε στη ζωή σας διέπονται από τον «πυθμένα».

Απεικονίζεται κάπως έτσι:



Στην αρχή, όταν ξεκινάτε κάτι, είναι διασκεδαστικό. Δεν έχει σημασία με το τι θα ασχοληθείτε: γκολφ, βελονισμό, πτήση με αεροπλάνο ή χημικά πειράματα. Αυτό που κάνετε είναι ενδιαφέρον και οι γύρω σας επικροτούν την προσπάθειά σας.

Μέσα στις επόμενες μέρες και βδομάδες, ο γρήγορος ρυθμός μάθησης σας ωθεί να συνεχίσετε. Όποια και αν είναι η καινούργια σας ενασχόληση, είναι εύκολο να τη συνεχίσετε.

Κι έπειτα έρχεται ο «πυθμένας».

Ο «πυθμένας» είναι η μακρά περίοδος κουραστικής και ανιαρής εργασίας που απαιτείται για να γίνετε από αρχάριος δεξιότηνης. Μια αγγαρεία που στην πραγματικότητα είναι ο πιο σύντομος δρόμος, επειδή σας οδηγεί στον προορισμό σας γρηγορότερα από κάθε άλλον.

Ο «πυθμένας» είναι ο συνδυασμός της γραφειοκρατίας και της ανούσιας δουλειάς που πρέπει να υπομείνετε για να πάρετε δίπλωμα καταδύσεων.

Ο «πυθμένας» είναι η διαφορά ανάμεσα στην εύκολη τεχνική του «αρχαρίου» και την πιο αποτελεσματική τεχνική του «δεξιότηχνη» στο σκι ή στο σχέδιο μόδας.

Ο «πυθμένας» είναι το μεγάλο διάστημα ανάμεσα στην τύχη του πρωτάρη και στα πραγματικά επιτεύγματα.

Ο «πυθμένας» είναι το σύνολο των τεχνητών εμποδίων που έχουν δημιουργηθεί για να κρατούν άτομα σαν εσάς στο περιθώριο.

Αν διδαχτήκατε οργανική χημεία στο πανεπιστήμιο, τότε σίγουρα έχετε βιώσει τον «πυθμένα». Οι ακαδημαϊκοί κύκλοι δεν θέλουν να μπαίνουν στην ιατρική άτομα χωρίς το απαραίτητο κίνητρο, και γι' αυτό δημιούργησαν ένα εμπόδιο. Η οργανική χημεία είναι το εξοντωτικό μάθημα, το τείχος που χωρίζει τους γιατρούς από τους ψυχολόγους. Αν δεν μπορείτε να τα βγάλετε πέρα με την οργανική χημεία, δεν θα μπορέσετε να φοιτήσετε στην ιατρική.

Στην αρχή, όταν ανακοινώνετε ότι θέλετε να γίνετε γιατρός, δέχεστε πολλά θετικά σχόλια και συμπαραράσταση. Η γιαγιά σας είναι πανευτυχής! Αλλά σύντομα έρχεται το τρομερό μάθημα της οργανικής χημείας, και καταλαβαίνετε ότι είστε καταδικασμένοι.

Στις εμπορικές εκθέσεις θα συναντήσετε δεκάδες εται-

ρείες που προσπαθούν να εισχωρήσουν σε κάποιον τομέα. Έχουν επενδύσει χρόνο και χρήμα για να δημιουργήσουν ένα προϊόν, να συστήσουν τμήμα μάρκετινγκ και να νοικιάσουν περίπτερο· όλα αυτά στην προσπάθειά τους να διεισδύσουν σε μια επικερδή αγορά. Τον επόμενο χρόνο οι περισσότερες εταιρείες απουσιάζουν από την έκθεση. Έχουν χαθεί, αδυνατώντας να αναδυθούν από τον «πυθμένα».

Το ίδιο συμβαίνει και με εκείνους που ονειρεύονται τα αμύθητα πλούτη και την ισχύ που συνοδεύουν τη θέση του γενικού διευθυντή μίας από τις 500 κορυφαίες επιχειρήσεις του περιοδικού *Fortune*. Ιδιωτικά τζετ, πολυτελέστατες λέσχες, απόλυτη δύναμη λήψης αποφάσεων. Ποιος δεν θα ήθελε να ζήσει σαν σύγχρονος Κροίσος; Φυσικά, αν κοιτάξετε το βιογραφικό ενός τυπικού γενικού διευθυντή, θα δείτε ότι αναδύθηκε από έναν «πυθμένα» είκοσι πέντε ετών προτού βρεθεί σε αυτή τη θέση. Για ένα τέταρτο του αιώνα, έπρεπε να κάνει υπομονή, να σκύβει το κεφάλι και να κάνει ό,τι του έλεγαν. Έπρεπε να επιτυγχάνει τους στόχους του, να εργάζεται περισσότερες ώρες από τους άλλους και να προσπαθεί να κερδίσει την εύνοια του εκάστοτε προϊστάμενου του. Μέρα με την ημέρα, χρόνο με το χρόνο.

Είναι εύκολο να είναι κανείς γενικός διευθυντής. Το δύσκολο είναι να καταφέρει να γίνει γενικός διευθυντής. Ενδιάμεσα υπάρχει ένας τεράστιος «πυθμένας». Αν ήταν