

چگونه می‌توانید یک کارآفرین نمونه باشید؟

نویسنده: گری وینرچاک

مترجم: کالیران بهمنی

انتشارات بهزاد

سرشناسه

وینر چاک، گری

Vaynerchuk, Gary

عنوان و نام پدیدآور: چگونه می‌توانید کارآفرین نمونه باشید (شکست دادن، چیره

شدن) / نویسنده گری وینر چاک؛ مترجم: کامران بهمنی

مشخصات نشر: تهران، بهزاد، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.

شابک: ۷-۰۴۲-۱۹۹-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Crushing it!: how great entrepreneurs build

their business and influence-and how you can, too, 2018.

کارآفرینی: موضوع:

Entrepreneurship: موضوع:

موفقیت در کسب و کار: موضوع:

Success in business: موضوع:

تأثیر (روان شناسی): موضوع:

Influence (Psychology): موضوع:

شناسه افزوده: بهمنی، کامران، ۱۳۳۴ - مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۰۷۸۵/۶۱۵ HB

رده بندی دیویی: ۶۵۸.۲۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۰۰۵۹۶

آدرس: تهران - میدان انقلاب - خ ۱۲ - فروردین - خ ژاندارمری

- بن بست گرانفر - شماره ۴ - جنبه همکف شرقی

تلفن: ۶۶۴۱۳۶۲۴ - فاکس: ۶۶۹۶۵۳۰

چگونه می‌توانید یک کارآفرین نمونه باشید؟

نویسنده: گری وینر چاک

مترجم: کامران بهمنی

تیراژ: ۱۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

شابک: ۷-۰۴۲-۱۹۹-۶۰۰-۹۷۸

فهرست مطالب

۸	در باره نویسنده
۹	پیش‌تار
۱۹	۱
۱۹	همه جاده پیش پایتان است
۲۶	برندهای شخصی برای همه هستند
۳۰	«ایمی اشمیتز»، اسب‌ساعی زیرک
۳۵	۲
۳۵	چیزی که (هنوز) مهم است
۳۵	نیت
۴۰	«لوییس هاوز»، مدرسه بزرگی
۴۶	اصالت
۴۷	«لورین اوارتز»، رازدار لاغر
۵۲	اشتیاق
۵۴	«برایان وامپلر»، وامپلر پدالز
۵۷	شکلبایی
۵۹	«آلکس "نیمو" هانس»، شرکت پوشاک فولیز با مسئولیت محدود
۶۵	سرعت
۶۶	«تیموتی رومن»، آشپزخانه و حمام امپریال
۷۰	کار
۷۴	«دیون گراهام»، آرشیوکت دیجیتال
۷۷	توجه
۷۸	«اندرو نگوین»، برند با درو
۸۲	۳
۸۲	اصل هشتم - محتوا
۹۲	«ریچ رول»، شرکت بازرگانی ریچ رول

۱۰۲	۴
۱۰۲	چه شما را باز می‌دارد؟
۱۰۵	ترس از شکست
۱۰۷	«رودریگو تاسکا»، استودیو تاسکا
۱۱۱	ترس از اتلاف وقت
۱۱۲	«شون اوشیا»، سگ خوب
۱۱۷	ترس از بیهوده نمایی
۱۱۷	ذخیره را به سوی موفقیت نشانه برو
۱۱۹	«میمی گودوین»، میمی جی استایل
۱۲۵	۵
۱۲۵	تنه‌خیزی که نیاز دارید برای
۱۲۵	«چیره‌شن»، به خود بدهید
۱۲۵	«پت فلین»، آرام‌هوشمند منفعل
۱۳۴	۶
۱۳۴	اول این را انجام بدید
۱۳۴	«کاستا کاپوتاناسیس»، روغن تاسکا - تعویض روغن ۱۰ دقیقه‌ای
۱۳۷	کشف شو
۱۴۰	۸
۱۴۰	موزیکاللی
۱۴۵	موزیکاللی ۱۰۱
۱۴۸	تصور کنید
۱۵۰	«چیترا دورگام»، جراح دندانپزشک - دندانپزشکی و روش
۱۵۴	۹
۱۵۴	اسنیچت
۱۶۰	اسنیچت ۱۰۱
۱۶۳	اسنیچت ۲۰۱
۱۶۴	تصورش را بکنید
۱۶۵	«شان مک براید»، شان‌دوراس
۱۷۳	۱۰

۱۷۳	توییت
۱۷۴	توییت ۱۰۱
۱۷۵	توییت ۲۰۱
۱۷۷	تصورش را بکنید
۱۸۰	«جارد پولین»
۱۸۵	۱۱
۱۸۵	یوتیوب
۱۸۶	یوتیوب ۱۰۱
۱۹۱	تصورش را بکنید
۱۹۴	بهترین کارکرد در یوتیوب
۱۹۴	بهینه سازی ویدیو
۱۹۵	بهینه سازی دانا
۱۹۶	«دانیل مارکهام»
۲۰۲	۱۲
۲۰۲	فیسبوک
۲۰۳	فیسبوک ۱۰۱
۲۰۵	فیسبوک ۲۰۱
۲۰۹	تصورش را بکنید
۲۱۳	«بریتنی کاسترو»، زن دانا در سرمایه‌گذاری
۲۱۷	۱۳
۲۱۷	اینستاگرام
۲۱۹	۷ گام تا گسترش تجارت
۲۲۰	تصورش را بکنید
۲۲۳	«بریتانی شاور»، خانه داری و نخ
۲۲۸	۱۴
۲۲۸	پادپخشها
۲۳۰	پادپخشها ۱۰۱
۲۳۰	تصورش را بکنید
۲۳۳	«جان لی دامس»، کارآفرینان در آتش
۲۳۸	۱۵

۲۳۸	وویس - فرست
۲۴۰	اسکیل‌ها ۱۰۱
۲۴۲	اسکیل‌ها ۲۰۱
۲۴۲	تصورش را بکنید: آکسا اسکیلز
۲۴۳	تصورش را بکنید: فلش بریفینگ
۲۴۵	در افق
۲۴۸	«اندی فریسیلا»، پروژه
۲۵۴	بِسفَتار

پیشگفتار

دختر هشت ساله من، «میشا»، می‌خواهد هنگامی که بزرگ شد یک کاربر یوتیوب (YouTuber) باشد. این احتمالاً شگفت‌آور نیست - بسیاری از بچه‌ها بی‌می‌رند والدینشان چه می‌کنند و آنرا هدف خود نیز قرار می‌دهند (البته در کنار آتش‌نشانی و نگهبانی باغ وحش). دخترم مرا هنگام کاربرد سکوی آنلاین (online platform) برای صحبت با مردم و ایجاد کسب و کار می‌بیند و می‌داند چقدر این کار را دوست دارم. البته فکر می‌کند می‌خواهد آنچه را من انجام می‌دهم انجام دهد.

آنچه که می‌تواند شگفت‌آمیز باشد این است که اگر از دیگر کودکان مدرسه‌ای بپرسید در بزرگسالی چه می‌خواهند بکنند، بسیاری پاسخ می‌دهند آن‌ها هم می‌خواهند یوتیوبی باشند.

برندسازی شخصی ممکن است هنوز بخشی از دروس دبستانی نباشد، اما کودکان امروز می‌دانند که ساختن ویدیو در یوتیوب، پست گذاشتن در اینستاگرام (Instagram) توییت کردن ۲۸۰ کاراکتر، و گپ زدن در اسنپچت (Snapchat) یک الگوی معتبر پیشینه‌سازی است و می‌دانند که برای برخی‌ها این می‌تواند حتی شهرت و ثروت به دنبال داشته باشد. آنان همانگونه رویای ساخت برنامه‌های آنلاین را در سر می‌پروراند که روزگاری رویای بازیگری هالیوود را داشتند. شوربختانه، بیشتر والدین، اگر خودشان کارآفرین نباشند یا آگاهی عمیق نداشته باشند، این آرزوی شغلی را این‌گونه پاسخ می‌دهند: «چی؟» یا حتی بدتر، انتقاد کوتاه‌فکرانه: «این که اصلاً شغل نیست.» حتی معدودی که بدون درک لبخندی زده و با ملایمت می‌گویند: «عالیست عزیزم! تلاشت را بکن!»، احتمالاً پیش خود سری بر خوش‌خیالی شیرین کودکان تکان می‌دهند.

برای من آزار دهنده است.

آشکارا نخستین پاسخ‌ها از هر زاویه ای که بنگرید نومید کننده‌اند، اما همه این اشخاص یک نبود کامل درک از دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم نشان می‌دهند. این دنیایی است که در آن یک کودک یازده ساله و پدرش می‌توانند با ساخت یک کانال یوتیوب و به اشتراک گذاشتن ویدیوهای آنلاین از خود و نیمه کردن همه چیز میلیونر شوند.

من می‌دانم این راهی است که همه چیز پیش خواهد رفت. برای شخص مانند من که مایل به بزرگنمایی است، خنده‌دار است که بزرگ‌ترین بيشگویی مایه که کردم کوچک‌نماترین گفته‌هايم بوده‌اند. اکنون داستان من بسیار کمتر غیرعادی می‌شود.

نخستین چهار سال را در نخستین کتاب کسب کار خود، «چیره شوا»، هنگامی گفتم که من سال‌ها روز نوزاد بودم! یادم نمی‌رود چگونه از اینترنت استفاده کردم تا یک درصد تحصی درست کنم و کسب و کار ۴ میلیون دلاری خانوادگی خود به نام «رشدنی‌های تخفیف دار خریدار» را به یک کاسبی ۶۰ میلیون دلاری رسانم. اسپرد من ساده و برای آن زمان ناجور بود: من در گفتگوی مستقیم با مشتریان احتمالی در توییتر و فیسبوک آنان را دعوت می‌کردم به یک ارتباط تک به تک که سابقاً تنها بین بازرگانان و مشتریان در همسایگی و جوامع کوچک سده پیشین برقرار بود. تا زمان نوشتن کتاب در سال ۲۰۰۹، اولین کار خود - نوشیدنی و فروش - را به کار همه گیر خود یعنی ساخت کسب و کار کسب و فروش داده بودم. من به همه جهان سفر می‌کردم و به هر کس که گوش می‌داد، می‌گفتم که سکوهایی که بیشتر شرکت‌ها و رهبران کاری همچنان برپایه وقت تلف کن بیهوده بر آنان می‌زنند - فیسبوک، توییتر و یوتیوب - در واقع آینده همه کسب و کارها هستند. انقلاب دیجیتالی آن زمان آنقدر جوان بود که عملاً ناچار می‌شدم سکوها را تعریف کنم، هرچند اکنون غیرممکن به نظر می‌آید. در آن زمان می‌بایست وقت زیادی می‌گذاشتم برای توضیح این که فیسبوک یک سایت آنلاین است که می‌توان در آن مقاله، عکس، احساسات و اندیشه‌ها را به اشتراک گذاشت، و توییتر چیزی شبیه آن است ولی همیشه عمومی و، در آن زمان، محدود به ۱۴۰ کاراکتر بود. برندسازی

شخصی؟ هیچکس اصلاً نمی‌دانست از چه حرف می‌زنم. اکنون باورش دشوار است، اما حتی کمتر از یک دهه پیش فکر این که بیش از چند نفر برگزیده بتوانند با استفاده از رسانه‌های اجتماعی کسب و کار راه بیندازند دور از ذهن بود.

امروزه من یک شرکت رسانه‌های دیجیتال دارم با دفاتری در نیویورک، لس‌آنجلس، چاتانوگا، و لندن. هنوز هم با مردم در توئیتر، فیسبوک، اینستاگرام، اسنپ‌چت، و هر سکوی دیگری که توجه مردم را جلب کند ترس نمی‌گیرم. هنوز هم برای سخنرانی به همه دنیا دعوت می‌شوم، اما از طریق نمایش بوت‌سویی «پرسش و پاسخ» کسب و کار خود، برنامه *Ask Gary Vee*، مستندات ویدیویی روزانه، برنامه *DailyVee*، نقش خود در *Fan of the Apps* – یک شو تلویزیونی آپل در باره توسعه اپلیکیشن – و کتاب‌هایی مانند آنچه که در دست دارید، به میلیون‌ها نفر می‌رسم. بیش از همیشه کار می‌کنم، بیش از همیشه در فشارم. بیش از همیشه خوشحالم.

و هر چیزی هستم جز غیر کاری

امروزه میلیون‌ها نفر مانند من هستند که از اینترنت برای ساخت برند شخصی، کسب و کار رو به رشد، و زندگی در حوز خودشان استفاده کرده‌اند. کسانی که واقعا بر آن چیره شده‌اند به صفحه «بزرگسالی» دست یافته‌اند، یعنی ساخت کسب و کاری پرسود گرداگرد آنچه که دوست دارند، که آنان را قادر به انجام هر کار روزانه که بخواهند می‌کند. در سال ۲۰۰۹ این «آنچه که دوست دارند» ممکن است کنسرو و غذاهای کنج یا خانه‌های درختی دست ساز بوده باشند، و امروز می‌تواند مادر بودن، سیک بودن، یا داشتن دیدگاه‌های جهانی نامتعارف را نیز شامل شود. به عبارت دیگر، شما می‌توانید از برند شخصی خود برای بازاریابی کسب کار خود استفاده کنید، یا برند شخصی شما می‌تواند خود کسب و کار باشد. سوسیالیست‌ها، دودمان بزرگان، و ستارگان تلویزیون برای سال‌ها همین کار را انجام داده‌اند. اکنون نوبت دیگران است که یاد بگیرند چگونه برای کاری که تا کنون رایگان انجام می‌داده‌اند پول در آورند.

از زمانی که «چیره شو» را نوشتم خیلی چیزها تغییر یافته، اما در کمال شگفتی، خیلی چیزها هم تغییر نیافته. هرکس که مرا همواره دنبال (فالو) می‌کند می‌داند که می‌تواند در ده دقیقه اول سخنان واژگان کلیدی ام به سرعت پیش برود، چون حقایق زندگی و دیدگاه خود از دنیا را تقریباً به همان شیوه که یک دهه گفته ام تکرار می‌کنم. هرچند، هنگامی که آن ده دقیقه به پایان رسد، نخواهید دانست. و این چیزی است که می‌خواهم در این به اشتراک بگذارم - بخشی از واژگان کلیدی که هر شش تا نه ماه تغییر می‌یابد چون سکوها در این بازه زمانی تغییر می‌کنند. من می‌خواهم شما اطلاعات رازآمده را در مورد چگونگی بهترین کاربرد سکوهای اینترنتی برای ایجاد یک رشد شخصی نیرومند و پایدار فرا بگیرید.

بزرگترین تفاوت میان نخستین کتاب من و آنچه که اکنون می‌خوانید این است: در این کتاب من دیگر تنها صدا نیست. می‌خواهم شما را به کارآفرینان دیگر با مثال کردن اصول «چیره شوا» برای ساخت برندهای شخصی خود با موفقیت باورنکردنی روبرو شدند معرفی کنم. برخی از آنان شهرت جهانی دارند، برخی هنوز بالا می‌روند. همه آنان زندگی را دوست دارند. هرچند هریک منحصر به فرد هستند، فکر می‌کنم راحت می‌شوید و جا می‌خورید اگر بدانید با شما چندان فرقی ندارند. چگونه می‌توانم این را بگویم در حالی که نویسنده است؟ چون راز موفقیت آنان (و من) ربطی به این نداشت که از کجا آمد ایم، چه کسانی را می‌شناسیم، کجا مدرسه رفته ایم، یا در چه زمینه‌ای کار کرده ایم. اما ارتباط کامل داشت با درک ما از سکوهای در اختیارمان و آمادگی‌مان برای انجام هرکاری برای به کار انداختن این ابزار رسانه‌ای اجتماعی تا بالاترین امکاناتشان. و این، دوست من، چیزی است که می‌توانم انجامش را به شما هم یاد بدهم.

اما چیزی که برای من کار کرد برای شما کار نخواهد کرد، و بالعکس. به همین دلیل خودآگاهی بسیار حیاتی است - باید در تمام مدت با خودت روراست باشی. چیزی که می‌توانم پیشنهاد کنم یک سری اصول فراگیر است. ما همه سکوهای عمده را کالبدشکافی می‌کنیم تا همه شما از لوله کش گرفته (ستون شما باید فیسبوک باشد) تا نگهبان بوستان

(ستون شما یوتیوب است)، بدانید دقیقاً از کدام سکو به عنوان ستون استفاده کنید، و چگونه از سکوهایی دیگر برای تقویت و گسترش برند شخصی اتان بهره‌برداری کنید. ما سکوهایی را که دنیای کسب و کار امروزی را زیر سلطه دارند کالبدشکافی می‌کنیم. در باره برخی از این‌ها در «چیره‌شوا» گفته بودم، اما تغییر یافته‌اند و اکنون راه‌های بهتری برای کاربردشان وجود دارند. من رهنمودهای نظری و راهبردی ارائه می‌دهم برای بگونگی تبدیل شدن به بزرگترین‌ها در سکوهایی قدیمی مانند تریت، فیسبوک، یوتیوب و اینستاگرام؛ پدیده‌های جوان‌تر مانند میوزیکاللی (Musical.ly)، سکوهایی صوتی مانند اسپاتیفای (Spotify)، ساندکلاد (SoundCloud)، و آی تیونز (iTunes)، و نورسیده‌ای چون آلکسا سکیلز (Alexa Skills). آنان که مدتی در این زمینه بوده‌اند نکات ظریف کم‌شناخته، برخی از خلاقانه، و گوش‌دهای هوشمندانه‌ای را که راهبردهای عامیانه‌تر را ارتقا بخشیده‌اند سودمند می‌دانند.

اگر سال‌ها برنامه‌های می‌دیدید، و فکر می‌کنید همه چیز را می‌دانید، لطفاً بازنگری بکنید. من سالانه با هزاران نفر گفتگو می‌کنم و همان پرسش‌ها را بارها و بارها می‌شنوم. اگر این همه اشخاص هنوز بازیشان را کامل نکرده‌اند، به احتمال زیاد شما هم نکرده‌اید. امروز می‌تواند روزی باشد که شما بالآخره تکه اطلاعاتی را به دست آورید که به شما برای از بین بردن آنچه که مانعتان می‌شد کمک کند. بسیاری از کسانی که برای این کتاب مصاحبه شدند گفتند که «چیره‌شوا» را چندین بار خوانده‌اند. «جان لی دامس»، کارآفرین و برنامه‌ساز هر سال آن را دوره می‌کند. تنها ۱۲۴ صفحه است، چندان زیاد نبود که بتواند در عرض حدود یک ساعت چکیده آن را دریابد، با این حال دامس اقرار می‌کند که پیش از درک کامل منظور من از برندسازی شخصی سه بار کتاب صوتی را گوش کرد. آن لحظه‌ی «دریافت» او را به سوی بنیانگزاری «کارآفرینان در آتش» رهنمون شد که پادپخش روزانه اش است از مصاحبه با الهام‌بخش ترین و خلاق‌ترین کارآفرینان کشور. امروز این برنامه یکی از پادپخش‌های کسب و کاری رده بالا در «آی تیونز» است که حدود ۲۰۰,۰۰۰ دلار در ماه در آمد دارد. این را می‌دانم چون او امور مالی ماهانه اش را در سایت

خود می‌گذارد و جزئیات هزینه هایش در پادپخش را به اشتراک می‌گذارد تا کارآفرینان دیگر بتوانند از حرکت‌های هوشمندانه اش درس گرفته و از اشتباهات وی پرهیز کنند. این تنها یک نمونه از نوع سورپریز و شادی است که کارآفرینان در این کتاب با تشخیص برند شخصی خود از برند رقیبان احساس می‌کنند و دنبال کنندگان وفادار و ستایشگر دست و پا می‌کنند.

من همچون همیشه با شما روراست خواهم بود: حتی اگر همه درس‌ها را بی‌موزید و همه پندهای این صفحات را دنبال کنید، بیشترتان میلیونر نخواهید شد! اما خنده را کنار نگذارید! هیچیک از کسانی که برای این کتاب مورد مصاحبه قرار گرفتند نمی‌دانستند که پولدار می‌شوند؛ پولدار شدند چون بر کاری که انجام می‌دهند به گونه‌ای باورنکردنی خوبند و به سختی تمام کار کرده‌اند، هرچکس دیگر نتوانست همپایشان شود. بیشترشان بدون بلندپروازی ملایم برای پلسازی کافی جهت لذت بردن از چیزهای خوب زندگی، پایداری، سرمایه‌خود و خانواده، و زندگی در شرایط دلخواه شروع کردند. چنین ثروتی را به دست آوردن تا به ثروتمندان نیازی نداشته باشید. و کسی چه می‌داند، شاید در این روند شما هم مانند جان لی دامس و پیروانش دریابید که استعداد و شرم‌بانی برای میلیونر شدن را دارید. فقط یک راه برای فهمیدنش هست. در هر حال رنده اید. تبدیل یک توده فلز بی‌شکل به یک کار هنری ظریف نیاز به فداکاری و آتش دارد. این کتاب سرشار است از الهام و رهنمود از دیگرانی که از آن انس‌ها گذر کرده‌اند؛ بگذارید راهنمایی‌اتان کنند تا ببینید به چه چیزی می‌توانید تبدیل شوید. تجربه «لویی بلاکا» را ببینید (IG: @louieblaka) که در یک ایمیل شرح داد چگونه با اعتماد به غرایزش و به کارگیری اشتیاق و علاقه اش از آموزگار هنر به هنرمند پررونق گذر کرد.

من در دبیرستان آموزگار هنر هستم اما در قلبم یک هنرمندم. سه سال پیش تصمیم گرفتم خارج از کار آموزگاری هفت صبح تا سه بعد از ظهر خود پیشینه هنری خود را به کار بیندازم. کار هنری ام پیش رفت اما نه به آن خوبی که امید داشتم. من نومید نشدم اما کمی دلسرد شدم.

دو سال پیش به «چیره شوا» گوش کردم که کمک کرد فراتر از فروش نقاشی فکر کنم. من به یک سری کلاس‌های نقش و نوش در سراسر کشور برخوردم. از خود پرسیدم من که مدرک تدریس و تجربه هنری حرفه‌ای دارم چرا چنین کلاس‌هایی را راه نیندازم. پس مشورت شمارا برای بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی پی گرفتم و یک کلاس رایگان نقش و نوش برای «مونیکلر استیت»، دانشگاهی که در آن روروش یافته بودم، برگزار کردم. روی اینستاگرام خود عکسی از این رویداد برای ثبت نام کلاس‌ها گذاشتم. با کلاسی ده نفر، شایب یک جلسه هر دو یا سه ماه آغاز کردم، و به دست کم سه دلار در ماه و برنامه کلاس آینده برای صد نفر رشد یافتم. برای بازریابی یک دلار هم خرج نکردم و همه چیز با IG و سخن‌شنی انجام شد. توانستم تابلوهاییم را (به عنوان یک نقاش) از طریق مثلریاز کلاس نقش و نوش به بازار برسانم. همه مواد مصرفی یا «ضایعات» را از کلاس‌هایم برداشتم و برای آفرینش کار هنری خود به کار بردم. توانستم پیشینه شخصی خود را به عنوان هنرمند از فروش هر تابلو ۲۰۰ دلار تا حراج یک تابلو به قیمت ۱،۳۰۰ دلار در جشنواره قهوه شهر نیویورک در سیستم رندسته برسانم. کسب و کار نقش و نوش خود را با یک رویداد رایگان با حدود ده نفر از یک محوطه دانشگاهی آغاز کردم و اکنون برای فروش سال آینده چشم به ۳۰،۰۰۰ دلار دوخته‌ام (می‌دانم زیاد نیست، اما برای یک هنرمند و آموزگار تمام وقت خیلی زیاد است).

انفجار یوتیوب و اینستاگرام، پدیداری پادپخش‌ها، پیدا شدن سکوهایی مانند فیسبوک و توییتر، همه ما را به نقطه‌ای رساندند که من نه سال پیش گفته بودم. شما ابزار ساخت نوع برند شخصی که بتواند زندگی آینده‌تان را تغییر دهد دارید. اگر مدتی در این کار بوده‌اید و به جای که می‌خواستید نرسیده‌اید، این کتاب دلایلش را توضیح می‌دهد. اگر در ردیف

چهارم قرار دارید و به جایگاه یکم چشم دوخته اید، می‌توانم کمکتان کنم از نردبام بالا بروید (و تأکید می‌کنم خودم سال‌ها در جایگاه آخر بودم و می‌دانم این لیست از آن پایین چه چشم اندازی دارد). اگر بهانه بیاوری، آشکار می‌شود و در اینجا می‌توانید تصمیم بگیرید که بازیگوشی را کنار بگذارید و به هدف‌تان برسید — یا قبول کنید که دیدگاه شما از چیره شدن کمی متفاوت از آن چیزی است که نخست به نظر می‌آمد.

بی‌شک، من دو گروه شنونده دارم. اولی کسانی هستند که در اعماق درختان می‌دانند برای ساخت چیزی بزرگ آفریده شده‌اند. کارآفرینان طبیعی، باید به اطلاعاتی را که برای بهبود تلاش‌های کنونی‌شان نیاز است بیابند یا آن‌ها را به برنامه ریزی خود کنند. شنوندگان دومی همه کسانی دیگری هستند که می‌خواهند کار کنند. نه تنها جوانان، نه تنها افراد فنی. نه تنها حرفه‌ای‌ها، بلکه کسانی که به کارهای قدیمی یا آنان که در پی نوسازی هستند چون کارشان بیش از حد رسته یافته و یا بدتر از آن، کارشان کوچک می‌شود. به نفع همه است که یک برند شخصی بسازند، حتی اگر علاقه کمی به پولدار یا مشهور شدن دارند. به رایانه وارد نیستید؟ مهارت رایانه یا فن آوری مورد نیازتان را برای این کار به دست آورید. کار دشواری نیست، و بسیاری از کسانی که برای این کتاب با آنان گفتگو کردیم به همان کمی شما از رایانه سر در می‌آوردند. شاید وجه نکرده باشید که دیگر هیچ شغلی پایدار نیست. به امنیتی فکر کنید که به شما دست می‌داد، اگر کاری داشتید که می‌توانستید گسترش خرابان دهید و هیچ هزینه و سرمایه‌ای جز وقت نداشتید («پت فلین» را در این کتاب ببینید). نومیدی می‌تواند یک انگیزه بزرگ باشد، اما اگر از پیش برنامه ریزی کنید تا حس نومیدی نداشته باشید بسیار کمتر در فشار هستید.

اگر پولی را که برای زندگی مورد علاقه‌تان نیاز دارید در می‌آورید و هر روزش را دوست دارید، بر آن چیره‌اید. این چیزی است که من برایتان می‌خواهم. به دوستانی فکر می‌کنم که با آنان بزرگ شدم و بازی‌های رایانه‌ای را دوست داشتند اما والدینشان آنان را از بازی منع می‌کردند چون آن بازی‌ها جدید و ترس‌آور بودند و آنان را از درسشان و می‌داشتند. آن بچه‌ها ممکن است اکنون بزرگ شده و درآمد خوبی داشته باشند، اما با

کاری که تحمل می‌کنند و یا حتی نفرت دارند. اگر فقط والدینشان می‌توانستند ببینند دنیا چگونه می‌چرخد، شاید فرق می‌کرد. شاید کودکی که وکیل شد برای این که والدینش را خوشحال کند می‌توانست همان پول را به عنوان یک ارتقا دهنده eSports (بازی رقابتی)، یا میلیاردها به عنوان بازیکن الکترونیکی در آورد. در هر حال، آن وکیل بی‌نهایت خوشبخت‌تر می‌بود.

والدین تلاش می‌کنند بچه‌هایشان را از بازی «پوکمون گو» باز دارند چرا که این بازی فرا واقعی برای نسل‌ها خیلی بزرگ خواهد بود. آنان فکر می‌کنند بچه‌ها باید کمتر بازی کنند و بیشتر جبر فراگیرند. ولی همین بازی ممکن است مسیری باشد برای فراگیری دینامیک‌های عرضه و تقاضا در اینستاگرام و سلامت یک برند شخصی و شرکت میلیون دلاری. موضوع باورنکردنی این است که او اولین نفر نیست. «کارینا گارسیا» این کار را کرد. او قبلاً یک پیشرفت بود؛ اکنون یک ستاره یوتیوب است. چقدر موفق بوده؟ او با درآمد ماهانه ۱۰۰ هزار دلار (به دلار)، توانست والدینش را بازنشسته کند. در اوت ۲۰۱۷، او در هفت هفته‌ای در چهارده شهر را آغاز کرد تا دنبال کنندگانش را ملاقات کند. مردم برای دیدارش از ۴۰ تا ۱۰۰ دلار می‌پرداختند. داستان‌هایی از این دست دیگر غیرعادی نیستند، و نشان می‌دهند چرا باید به بچه‌هایمان هر چه ممکن است آزادی بدهیم تا به سوی کاری که می‌خواهند انجام دهند بگرایند. چرین در دنیای آنان، هنگامی که پای ساختن یک زندگی خوب و سابقه کاری درخشان در میان باشد، هیچ چیز خارج از محدوده نیست. زمانی که بچه‌ها به نمره‌های پایین می‌گرفتم و هنگام خواندن کاتالوگ‌های بیسبال در کلاس می‌چم را گرفتند، همه گفتند «تو یک بازنده خواهی شد». امروز همه می‌گویند «تو زاکربرگ بعدی هستی». وقتی که پای فرصت‌های حرفه‌ای میان باشد، این بهترین زمان برای زندگی در تاریخ بشریت است. من نمی‌خواهم هیچکس آن را هدر بدهد. اگر از این کتاب هر چیز ارزشمند یا کمک‌کننده دریافتید، امیدوارم نسخه‌ای هم به کسی که برایتان اهمیتی دارد و از شغل یا رشته کاری فعلی‌اش راضی نیست بدهید. اگر والد هستید، هرگاه فرزندان‌تان آغاز کردند به تصور و تخیل در این که می‌خواهند چه

کسی و چکاره شوند، لطفاً این کتاب را به آنان بدهید. این را نمی‌گویم که کتاب هایم را بیشتر بفروشم. از کتابخانه قرض بگیرید؛ برایم مهم نیست. این را می‌گویم برای این که می‌خواهم همه بدانند که چنین فرصت‌هایی وجود دارند، تا اگر کسی خوشبخت نیست یا هراسان است بتواند کاری برای تغییر انجام دهد. اگر برای آدم‌های زندگیتان ارزش قائلید، حتماً می‌خواهید با انجام کاری که دوست دارند شاد باشند. زندگی کوتاه است؛ کوتاهی را غیرقابل پیش بینی بودنش مرا می‌ترساند. همچنین، بلندهم است. یک فرد پنجاه ساله هنوز می‌تواند به چهل یا حتی پنجاه سال پربار دیگر هم ادامه دهد. به خود و دل‌بندانمان مدیونیم که هرروز هرچه می‌توانیم راضی و موفق باشیم تا همیشه آماده باشیم بهترین‌ها را با دیگران به اشتراک بگذاریم. چیزهای کنترل ناپذیر فراوانی در زندگی وجود دارند، اما خوشبختانه ما مشغول ما نباید حتماً چنین باشند. می‌توانیم همه جور کنترل داشته باشیم. هرچه زودتر این را دریابیم، همه بهتر خواهند شد.

من نمی‌توانم برای خلاقیت در کارتان انجام دهم، اما امیدوارم بتوانم شمارا در چارچوب ذهنی درستی قرار دهم تا هنگامی که آماده شدید این خلاقیت را رها کنید، موفق شوید. اغلب به ما گفته می‌شود که باید انتخاب کنیم - یک کار قابل تحمل بگیریم که پول در آوریم، یا اشتیاق و علاقه‌اشان را پی بگیرند با این انتظار که بی‌سول شوند. هنوز کسانی هستند که باور دارند افرادی که کارشان را دوست دارند کمیابند. این اشتباه است. هنگامی که محیط دیجیتال را درک کنیم، گزینه‌های ما بیشمارند، مانند فرصت هایمان. فقط باید شهامت گزینش را داشته باشیم. شما داستان کسانی را می‌شنوید که هراسان بودند، مانند خودتان، کسانی که تعهداتی داشتند، همچون خودتان، که به آنان گفته می‌شد نادان یا بی فکر یا بی مسئولیت یا نپخته هستند. اما کار خود را کرده و پاداش‌ها را درو کردند. اگر چیزی هست که این کتاب بتواند یادتان دهد، این است که تنها چیزی که مانع شما برای دستیابی به یک کار ماندگار و زندگی شاد می‌شود، خودتان هستید.