

RAÚL PERALBA FORTUNY

és soci-director de SWAP / Trout&Partners

El poder de la simplicitat

No fa gaire Bill Gates, l'habilitat empresarial del qual no planteja cap dubte, definia els negocis de la manera següent: "Fer negocis no és tan complicat, consisteix a vendre més del que gastes, invertir una mica i que encara et quedin uns quants diners".

Si comparem aquesta expressió, simple, senzilla i curta, però clara i completa, amb les frases que fan servir la majoria d'alts directius, queda clar quin és el problema. A molta gent els agrada complicar les coses perquè d'aquesta manera es pensen que semblen més interessants. És un error gravíssim. La gent que escolta prefereix entendre què se'ls diu. I naturalment, quan algú d'una empresa explica quelcom als clients actuals i potencials, i no l'entenen, el problema és de l'empresa, perquè els clients sempre tindran una alternativa que els resolgui el problema.

ÉS AIXÍ DE SENZILL; PERÒ ENCARA HI HA POC GENT QUE HO VEGI CLAR. Algú que sempre ho ha entès és Peter Drucker, el filòsof empresarial més seriós del segle XX:

"Una de les tendències més negatives dels darrers quaranta anys és la idea que si la gent l'entén vostè és vulgar. Quan jo era jove es donava per fet que els economistes, els físics, els psicòlegs —els líders de qualsevol disciplina— s'havien de fer entendre. Einstein va dedicar anys, amb l'ajut de tres col·laboradors diferents, a fer

que la seva teoria de la relativitat la pogués entendre l'home del carrer.

"Però fa uns dies vaig sentir que un estudiant avançat va rebutjar la feina d'un company més jove, perquè el que havia fet ho havien entès més de cinc persones.

"No ens podem permetre aquesta mena d'arrogància. El coneixement és poder, això explica per què en el passat la gent que el tenia intentava mantenir-lo en secret. En el postcapitalisme, el poder ve de transmetre la informació per fer-la productiva, no d'amagar-la."

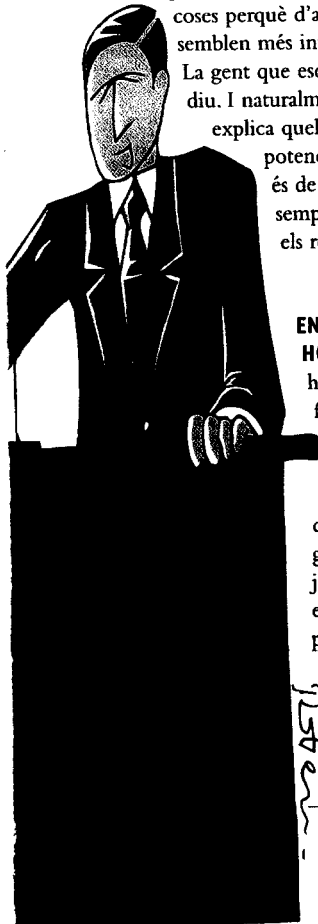
La realitat és que, amb la pressió competitiva i el desenvolupament tecnològic, la gestió empresarial s'ha tornat molt més complexa (està formada per elements diversos, més que abans). El problema és que molta gent confon complex amb complicat (embolicat, difícil d'entendre). Pel fet que una cosa s'exposi de manera complicada no serà necessàriament més complexa, és a dir, més important. El que serà és confusa.

El problema és que molta gent confon complex amb complicat (embolicat, difícil d'entendre)

ÉS CURIÓS QUE, TOT I QUE AIXÒ ÉS MOLT SENZILL, HI HA UN GRAN NOMBRE DE CONSULTORS, acadèmics d'escoles de negocis i directius d'empreses (mai els propietaris) que tenen el que nosaltres anomenem un estil "de laboratori". Fan servir paraules pomposes, de vegades fins i tot ridícules, que posen de moda. És a dir, una mena de persones que expliquen 100 maneres diferents de fer l'amor, però ells no surten amb ningú; i naturalment, quan donen consells a les empreses mai no hi posen diners.

Cal iniciar una croada contra la complicació i, en alguns casos, fins i tot contra la complexitat. La gent es resisteix a la simplicitat perquè els fa por. Una proposta simple i senzilla ens fa sentir despullats, especialment quan l'hem d'exposar davant d'un auditori de badocs que es protegeixen amb la complicació per amagar la seva ignorància.

HEM DE RECUPERAR EL SENTIT COMÚ. Un sentit que molts executius es deixen a casa, en lloc de portar-lo a l'oficina. El sentit comú és la saviesa que tots compartim, els clients també. És allò que registra les veritats òbvies, i les idees simples tendeixen a ser òbvies



Una de les tendències més negatives dels darrers quaranta anys és la idea que si la gent l'entén vostè és vulgar

perquè tenen un punt de realitat. El sentit comú i les solucions òbvies del senyor Bernat van crear Chupa-Chups.

El sentit comú és l'antídot més eficaç per combatre la complicació. És el contrari del que fan alguns gurus famosos. Comencen amb una idea òbvia, simple i senzilla, i després la compliquen per escriure llibres de 500 pàgines en els quals al final la idea bàsica es dilueix.

Això s'ha de canviar. Tot seguit, proposem alguns conceptes que hi poden ajudar:

- **La informació.** Massa informació pot confondre. L'opció intel·ligent és saber què cal passar per alt. Quan es té el cap desembarrassat, es pot pensar de forma més clara.

- **El llenguatge complicat.** Com diu Peter Drucker: "no ens podem permetre aquesta mena d'arrogància". Si els clients no ens entenen, és possible que ens considerin uns grans entesos; però compraran a uns altres.

- **Els negocis.** Avui s'han transformat en una lluita diària per retenir i atraure clients. Conèixer els clients no és cap problema, el problema és aconseguir que els clients coneguin (i prefereixin) el nostre producte o empresa.

- **Els competidors.** Cal pensar en ells simplement com "l'enemic". Abans que res cal conèixer-los a fons; així es podran explotar les seves debilitats i evitar els seus punts forts.

- **L'estratègia empresarial.** És, sobretot, una qüestió de diferenciació. Si no es pot ser diferent, val poder oferir un preu molt, però molt baix.

- **L'orientació al client.** Es dona per feta, és la diferència. La igualtat ja no és un valor, la diferència sí.

- **Els pressupostos anuals.** Cal ser flexible, i desaprofitar les ocasions quan sorgeixen, només per

no estaven previstes. Inverteixi els diners on hi ha les oportunitats, no on eren.

- **El lideratge empresarial.** És qüestió de conduir "l'atac". Els bons líders saben cap a on van.

- **Les noves idees.** És més senzill manllevar-les, si es pot. Telepizza és un exemple. Va portar a Europa una idea que funcionava molt bé als EUA.

- **El creixement.** Pot ser dolent per al negoci. Quan s'aconsegueix consolidar una quota de mercat els resultats sempre arriben.

- **L'èxit.** Una realitat que encara sorprèn molta gent és que l'èxit no prové de l'interior d'un mateix, és una cosa que ens donen els altres. Per tant, no es tracta d'esforçar-se més, es tracta de trobar un tren i pujar-hi.

Ara bé, ser simple no és fàcil, i encara hi ha molts qui treballen en els negocis.

L'espècie humana administra coses complicades, encara que moltes són simples. La complicació, o la falta de prendre decisions.

El que s'ha arribat a