



'BÜYÜMEME' STRATEJİSİ

GELECEKTEKİ İŞ DÜZENİNİN NEYE BENZEYECEĞİNİ HAYAL ETMEK İÇİN BİLDİĞİNİZ TÜM VARSAYIMLARI TEPETAKLAK EDİN. HATTA, AKSİNİ ÖNERDİĞİNİZDE İŞ ÇEVRENİZİN SİZE GÜLECEĞİ VARSAYIMLARI ÜZERİNDE DÜŞÜNÜN. BU VARSAYIMLARA 'BÜYÜMEMEK' DE DAHİL OLSUN...



YENİLİKÇİLİK SÖZ KONUSU OLDUĞUNDA 2011 yılına damgasını vuran projeler arıyorsak, önerim Patagonia 'Common Threads Initiative'... Kaliforniya bazlı Patagonia, 1970'lerden bu yana doğa sporlarına yönelik giysi ve aksesuarlar üretiyor. İşini öyle iyi yapıyor, getirdiği malzemeler ve tasarımlar öylesine arzu ediliyor ki 'PataGUCCI' takma adı ile anılıyor. Ürün inovasyonu konusunda son derece iddialı bu şirket, Eylül 2011'de benzersiz bir program başlattı: 'Common Threads Initiative'. Patagonia söz konusu program ile tüketicileri ürünlerini satın 'almamaya' davet ediyor. Şunu hayal edin: Patagonia markasının internet sitesine girdiniz. Yeni koleksiyon gelmiş. Modeller harika. Mavi montu beğeniyorsunuz ve almaya yelteniyorsunuz. O sırada gözünüz şu uyarıya takılıyor: "Gerçekten ihtiyacınız yoksa bu ürünü almayın. Birlikte insanlığın karbon ayak izini hafifletelim. Buraya tıklayarak tüketiminizi azaltma yemini edebilirsiniz." Satın alımdan vazgeçiyorsunuz. Gösterdiğiniz öz-disiplinden dolayı kendinizi iyi hissediyorsunuz. Patagonia (kısa vadede) satış kaybetse de aynı anda gözünüzde hiçbir markanın olmadığı bir yere yükseliyor. Tabii bu deneyimi arkadaşlarınıza da anlatıyorsunuz.



VARSAYIMLAR GEÇERSİZLEŞECEK

Söz konusu projeyi basit bir iletişim kampanyasından çok devrimsel bir yenilik olarak tanımlıyorum. Öncelikle; Patagonia 'Common Threads Initiative' önümüzdeki birkaç yıl içinde iş dünyasında çok konuşulacak kavram-

lardan birini hayata geçiriyor: 'BüyüME' stratejisi. İş düşüncesi, endüstri devriminden bu yana 'sağlıklı büyüme stratejileri' üzerine odaklandı. İçine girdiğimiz yeni dönemde sağlıklı büyüme stratejilerini konuşuyor olacağız. Diğer bir sebep, Patagonia'nın aynı proje çerçevesinde eBay ile işbirliğine gitmiş olması ve tüketicileri ikinci el satmaya/almaya yönlendirmesi. Başka bir deyişle, bir marka ilk kez insanları mağazalarına davet etmek yerine ikinci el ürünleri bulabilecekleri eBay sitesine yönlendiriyor. Şirketin kurucusu Yvon Chouinard, programın arkasındaki mantığı şöyle açıklıyor: "Ne kadar çaba gösterirsek gösterelim, çevreye hiç zarar vermeyen üretim süreçlerine ve dağıtım ağlarına sahip olmak şimdilik mümkün değil. Büyüme demek zarar da büyütmek demek. Gezegeni daha hızlı tüketmek demek. Biz, büyüme için ayıracağımız bütçeyi işimizi daha iyi yapmak ve çevreye verdiğimiz zararı azaltmak için kullanıyoruz. İşte bu taraftaki hedeflerimiz çok ama çok agresif!"

Yakın bir gelecekte, insanoğlunun tarihte yarattığı en büyük fantezi sona erecek: Doğal kaynakların sınırsızlığı fantezisi... Yakın bir gelecekte, bugün içinde iş yaptığımız ve sıkıca tutduğumuz düzen artık var olmayacağı için bu düzeni yaratan varsayımlar da geçersiz olacak. Buna sonsuz büyüme stratejileri de dahil. Bu gelecekte iş düzeninin neye benzeyeceğini hayal etmek için bildiğiniz tüm varsayımları tepetaklak edin. Hatta, aksini önerdiğinizde iş çevrenizin size güleceği varsayımları üzerinde düşünün. Patagonia şimdiden bunu yapıyor.