

Tržište je mjesto gdje se susreću novac i ideje. Stara poslovice kaže da kada osoba s novcem upozna osobu sa idejom, osoba s idejom ode s novcem, a osoba s novcem ode s idejom. Da bismo razumjeli tržište, moramo razumijeti i novac (sredstvo koje stvara tržište) i ideju (sredstvo koje pokreće tržište). Također, važno je znati da su kupci uvijek spremniji kupiti proizvod koji je poboljšanje postojećeg, negoli neki revolucionarni izum, zbog kojeg postojeće stvari, koje imaju, moraju baciti u koš ili na gradski deponij smeća, kao nepotrebne i nekorisne. U postojeće proizvode uloženi su novac, ljudi su ih naučili koristiti, pa svaki šok može izazvati odbojnost.

Stručnjaci procjenjuju da se između 80 i 95 posto novih proizvoda ne uspijeva nametnuti tržištu. Mnogi proizvodi propadaju jer su im ishodište blijede i stare ideje. Neke ideje su nove, jedinstvene i atraktivne, pa ipak neupotrebljive. Tvrtke često ne razumiju što kupci očekuju od novih proizvoda. Nudeći nešto novo, često se koncentriraju na glavni cilj, a zanemaruju ranija iskustva kupaca s nekim drugim novim proizvodom.

Uspjeh na bilo kojem tržištu zahtijeva znanje ili vještinu koju drugi nemaju. Uspješni prodavači razvijaju mrežu prijatelja i poznanika, koji ih opskrbljuju savjetima, mišljenjima ili poslovnim prijedlozima. Vrijednost takvih informacija leži u činjenici da ako ih dobro analizirate, posložite i iz njih donesete pravilan zaključak, ostvarit ćete uspjeh na tržištu.

Kada biste trebali navesti izume i proizvode koji su promijenili ponašanje ljudi tijekom posljednjih dvije-tri tisuće godina, koje biste naveli? Sedlo je, na primjer, ljudima omogućilo brže putovanje na konjima, a time i seobe naroda, uništavanje postojećih i stvaranje novih društvenih zajednica. Tiskarski stroj¹ omogućio je bržu razmjenu informacija između većeg broja ljudi, a time i razvoj demokracije. Arapskim brojevima i nuli možemo zahvaliti što se razvila matematika, kao pretpostavka modernih tehnologija. Glazba također spada u korisne izume, budući da je bila prvi, svima razumljivi jezik. Izumom sata, čovjek je uspio izmjeriti duljinu trajanja prirodnih fenomena. Da nema naočala, svijet bi izgledao drukčije, i to ne samo onima koji ih nose. Telegraf i telefon omogućili su brz prijenos informacija na velikim udaljenostima. Među korisne izume možemo ubrojiti i slavinu za vodu, budući da je pitka voda jedan od preduvjeta razvoja gradova, uspostave higijenskih kriterija i borbe protiv nekih bolesti.

U 20. su stoljeću izumljeni plastika, radar i čip. Ovo je stoljeće zrakoplova, raketa, električne energije, satelita, televizije i računala, ali i LEGO kockica², najlon čarapa³, britvica⁴, spajalica za papir⁵, brze hrane⁶, usisavača prašine i perilica. Ti su izumi

¹ Johannes Gutenberg (oko 1397.-1468.) izumitelj je tiska s pomičnim lijevanim slovima.

² Plastične LEGO kockice za djecu predstavljene su 1949. godine, no tada se još nisu mogle spajati. Tek 1958. godine pojavile su se u današnjem obliku. Danas postoji više od 2.000 elemenata, a LEGO tematski parkovi postoje u SAD, Velikoj Britaniji i Danskoj.

³ Najlon čarape, rastezljivije i čvršće, ali i dvostruko skuplje nego svilene čarape, žene su čekale u redu da bi ih kupile, kad su se pojavile 15. svibnja 1940. godine. Do kraja te iste godine kupljeno je više od 60 milijuna pari najlon čarapa.

⁴ Želja da se tržištu ponudi nešto što je jeftino, a ljudima treba svaki dan, izrodila je britvice za brijanje. King Camp Gillette, brijući se jednog jutra 1903. godine britvom dosjetio se da bi moglo postojati

pripomogli rušenju uvriježenih predodžbi o logici, jeziku, učenju, ekonomiji, svemiru, vremenu, ali i trgovini. A iza svake dobre ideje, važnog otkrića i kolosalnog izuma krije se netko tko je znao kako to znanje uspješno prodati.

Ukoliko ne predvidite stvarne mogućnosti nekog novog proizvoda, uložiti ćete previše vremena na njegov razvoj ili na njegovu promociju, nakon koje ćete uspjeti, no više nećete imati snage da naplatite vaš trud i muku (pa će konkurencija će stvoriti ili povećati tržište, a vama će ostati samo razočarenje) ili ćete propasti zajedno s proizvodom, dok će konkurencija iskoristiti vaše probleme s krivim proizvodom da u međuvremenu ponudi nešto svoje.

“Ludovanje za radio emisijama brzo će prestati”, riječi su Thomasa A. Edisona⁷ 1922. godine, a kada je 1934. godine Philo Farnsworth⁸ demonstrirao svoj prvi TV sustav, izumitelj Lee DeForest⁹ rekao je “Teoretski i tehnički gledano, televizija je moguća, ali držim da nema izgleda na komercijalni i financijski uspjeh”. Danas je televizija medij koji svakodnevno ispunjava domove stotina milijuna gledatelja, prenosi informacije i zabavu, utječe na politiku i ekonomiju, stvara potrošačke navike i čini ljude ovisnicima o onome što su čuli i vidjeli *na* televiziji.

Alan Turing¹⁰ opisao je 1936. godine “jedinstveni računalni stroj”, preteču današnjih digitalnih računala, da bi Thomas Watson, predsjednik IBM-a izjavio 1943. godine: “Držim da na cijelom svijetu postoji potreba za pet računala”, a sličan “biser” omakao se i Kenu Olsonu, predsjedniku Digital Equip. Corp. 1977. godine: “Nema apsolutno nikakve potrebe da pojedinac ima kućno računalo.” Vjerovali ili ne, Bill Gates, šef *Microsofta*¹¹, izjavio je 1981. godine da bi “640 Kb (kilobajta)¹² memorije trebalo biti dovoljno za svakoga”. Na svijetu je danas više od pet računala, informatička mreža konkurrira televizijskoj, vrijeme životnog ciklusa i “starenja” proizvoda sve je kraće, a razmjenjena informacija omogućava procvat svjetske trgovine.

S rijetkim iznimkama, potražnja na maloprodajnom tržištu uglavnom se svodi na ideje i novac - na spremnost ljudi da ulože (potroše) svoj novac na proizvode i usluge (odnosno ideje) i na *količinu* novca koji su spremni potrošiti. Slušanje glasa kupaca može

tržište za britvu koja nema trajnu oštricu. Tijekom Prvog svjetskog rata opskrbio je američke vojnike sa 36 milijuna britvica, a ostalo je poznata povijest.

⁵ Prije nego li je Norvežanin Johan Vaalar smislio savijenu metalnu spajalicu 1900. godine, papire su spajali ravnim iglama, kojima je temeljno svojstvo bilo da su bole svakoga tko ih je bio prisiljen koristiti. Britanci su ubrzo predstavili verziju, oblik kakav naširoko koristimo i danas.

⁶ Ukoliko vam nazivi McDonald’s, Wendy’s, Burger King i slični ne bude želju za sočnim odreskom u sendviču, hladnim pićem i pomfritom, tada imate dobru kontrolu nad svojom prehranom.

⁷ Thomas Alva Edison (1847.-1931.), američki izumitelj. Izumio je mikrofon, megafon, fonograf, telegrafski aparat, akumulator i žarulju s ugljenom niti.

⁸ Philo Farnsworth (1906-1971.), električar bez akademske naobrazbe. Ideja o prijenosu slika javila se kada je imao 14 godina.

⁹ izumitelj Audion cijevi 1926. godine

¹⁰ Alan Turing (1912.-1954.), engleski matematičar i logičar.

¹¹ Microsoft je najveća svjetska tvrtka za proizvodnju programa za računala.

¹² Današnja osobna računala imaju već i više od 13 Gb (Gigabajta) memorije. Giga je 10⁹ bajta, a kilobajt je 10³ bajta.

vam pomoći da dobro upoznate obilježja proizvoda (ili usluge) koji se koriste i uočite mogućnost njihova poboljšanja, kako biste stvorili nova tržišta.

Interakcija ideja i novca je misteriozna i često nepredvidiva. To nisu samo brojke, već i rizik. Spremnost da preuzmete rizik ili sposobnost da izbjegnute rizik, to je sastavni dio prodaje.