

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ «ОТ
DELL БЕЗ
ПОСРЕДНИКОВ»**

Библиотека КнигиКратко

Краткое содержание «От Dell без посредников»

Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27359238
APP;

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «От Dell без посредников». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Книга Майкла Делла, основателя компании Dell, – это взгляд одного из лидеров мирового бизнеса на проблемы управления предприятием. Делл раскрывает секреты: почему начинающей компании лучше иметь маленький капитал, почему сотрудники более опасны для компании, чем конкуренты, как можно использовать слабости конкурирующей фирмы, подчеркивая лишний раз свои достоинства.

Майкл Делл создал свою компанию в возрасте 19 лет, будучи студентом-первокурсником. Он так и не получил диплом о высшем образовании, сконцентрировавшись на развитии Dell. В 90-е годы она занимала 25-е место среди компьютерных компаний. Используемая ею бизнес-модель,

основанная на прямой поставке товара потребителю, выглядела как ограниченный способ ведения дел. Сегодня 17 из 25 компьютерных фирм, имевших в 90-е годы наивысший рейтинг, уже не существуют, а Dell превратилась в компанию номер один в США и вторую по величине в мире. Слово Dell стало синонимом прямых продаж. И все благодаря Майклу, увидевшему возможности там, где их никто больше не видел.

Майклу Деллу часто говорили: «То, что вы собираетесь делать, – невозможно». Его успех является результатом не просто способностей, а желания смотреть на вещи немного иначе: «С моей точки зрения, возможность – это не что иное, как инстинкт плюс полное погружение в отрасль... И существование Dell является доказательством того, что можно научиться видеть возможности там, где, по мнению других, их просто не существует, и извлекать из них пользу. Для того чтобы неординарно мыслить, не надо быть гением, провидцем и даже выпускником колледжа. Достаточно иметь почву для размышлений и умение мечтать».

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги

Майкл Делл «От Dell без посредников»

Миллиардер без образования

Майкл Делл создал свою компанию в возрасте 19 лет, будучи студентом-первокурсником. Он так и не получил диплом о высшем образовании, сконцентрировавшись на развитии Dell. В 90-е годы она занимала 25-е место среди компьютерных компаний. Используемая ею бизнес-модель, основанная на прямой поставке товара потребителю, выглядела как ограниченный способ ведения дел. Сегодня 17 из 25 компьютерных фирм, имевших в 90-е годы наивысший рейтинг, уже не существуют, а Dell превратилась в компанию номер один в США и вторую по величине в мире. Слово Dell стало синонимом прямых продаж. И все благодаря Майклу, увидевшему возможности там, где их никто больше не видел.

Майкл Делл вырос в достаточно зажиточной семье. Его отец был врачом, а мать работала брокером. Родители мечтали о том, что в будущем их сын пойдет по стопам отца. В школе Майкл не подавал особых надежд. Один из его учителей сказал, что он, скорее всего, не достигнет ничего в своей жизни. Но уже в возрасте 12 лет мальчик стал проявлять независимость мышления, упорство и предпринима-

тельскую хватку. Майкл организовал аукцион по продаже марок, заработав на этом \$2000, а через несколько лет успеши в продаже газетной подписки принесли ему \$18 000 годового дохода – больше, чем заработок его учителя.

Когда Майклу исполнилось 15, он купил себе компьютер и... разобрал его на части. Родители были в ярости. Компьютер стоил тогда немалых денег. Казалось, что Майкл его уничтожил. Мальчику же просто хотелось узнать, как он работает. Это был, наверно, единственный в жизни Делла компьютер, который он разобрал, а не собрал. Постепенно увлечение превратилось из хобби в бизнес. Майкл покупал разные комплектующие, которые должны были усовершенствовать машину. Он возился с компьютером, доводя его до совершенства, а потом выгодно продавал и начинал все сначала. Скоро Майкл стал общаться напрямую с дилерами и покупать комплектующие оптом, чтобы уменьшить расходы.

≈≈

Со временем Майкл обнаружил большие странности в том, что касалось продажи ПК. Компьютер компании IBM продавался в магазине по цене в \$3000. Но его комплектующие можно было купить за \$600—700, а технология сборки не являлась собственностью IBM. Другая странность заключалась в том, что люди, работавшие в компьютерных

магазинах, плохо разбирались в продаваемой ими технике. Прежде они торговали автомобилями или стереосистемами, а потом, глядя на растущую популярность компьютеров, решили: «Почему бы нам не заняться ими?» Дилеры получали по \$1000 с каждой продажи и предлагали покупателю минимум технической поддержки.

Майклу стало очевидно, что стоит только увеличить число продаваемых машин, и он сможет реально конкурировать с магазинами, причем не только по цене, но и по качеству. Делл понял, что здесь скрыты огромные возможности. Но родители вмешались в планы сына и отправили его учиться на медицинский факультет Техасского университета в Остине. Учеба показалась Майклу скучной по сравнению с идеей организации своего дела. Он приходил на занятия, а после спешил обратно в общежитие, чтобы модернизировать еще пару компьютеров. К тому времени информация о его деятельности уже распространилась по округе, и деловые люди, жившие поблизости, приезжали к нему и делали заказы.

Однажды родители Майкла узнали, что он не ходит на занятия. Они прилетели в Остин и сказали сыну: «Ты должен покончить с этими компьютерными делами и сосредоточиться на занятиях. Помни, что для тебя главное, чего ты хочешь добиться в жизни...» «Я хочу конкурировать с IBM!» – ответил Майкл. Он чувствовал, что сейчас – самое подходящее

время для начала. Шанс, который видел Майкл, заключался в обеспечении более эффективного доступа покупателей к высоким технологиям.

≈≈

Создание своей компании Делл начал с решения простого вопроса: как сделать приобретение компьютера лучше и привлекательнее для покупателя? Ответ был единственным: продавать напрямую конечному пользователю и отказаться от торговой наценки. Второго января 1984 года Делл зарегистрировал компанию PC's Limited. Благодаря предшествующим контактам с покупателями и небольшому объявлению, помещенному в газете, на отсутствие заказов он не жаловался. Ежемесячно он продавал модернизированные компьютеры и дополнительные устройства на \$50 000—80 000. Философия Dell уже сложилась: «Продай пользователю не то, что завалялось на складе, а то, что ему нужно. И дешевле, чем другие».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.