



Сэм Уолтон

Сделано в Америке

Как я создал Wal-Mart

Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг

Smart Reading

**Ключевые идеи книги:
Сделано в Америке. Как я
создал Wal-Mart. Сэм Уолтон**

«Смарт Ридинг»

2020

Smart Reading

Ключевые идеи книги: Сделано в Америке. Как я создал Wal-Mart.
Сэм Уолтон / Smart Reading — «Смарт Ридинг», 2020 — (Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг)

Этот текст – сокращенная версия книги Сэма Уолтона «Сделано в Америке. Как я создал Wal-Mart». Только самые ценные мысли, идеи, кейсы, примеры. О книге Сэм Уолтон начал с маленького магазинчика в провинциальном городке и построил крупнейшую в мире сеть розничной торговли. Он рассказывает о своих предпринимательских секретах, которые позволили Wal-Mart достичь первенства. Книга «Сделано в Америке» – это учебник торгового бизнеса, написанный практиком. Она пестрит невыдуманными историями из жизни Wal-Mart, франчайзинговой сети «Бен Франклин», рассказами об удачных экспериментах и провальных затеях. Уолтон – человек, одержимый розничной торговлей, он увлеченно рассказывает об экспериментах с выкладками товаров, поиске поставщиков, принципах партнерства, мотивации персонала и анализирует деятельность других ритейлеров. Книга описывает экспансию сферы ритейла в США, бум дисконтной торговли и зачатки развития информационных технологий в 60–70-е годы. Зачем читать • Ознакомиться с историей успеха крупнейшей в мире сети розничной торговли Wal-Mart. • Позаимствовать для своей компании шесть принципов короля розничной торговли XX века. • Узнать, как строится корпоративная культура, которая продолжает работать через десятилетия после смерти ее создателя. Об авторе Сэм Уолтон – бизнесмен, основатель сетей магазинов Wal-Mart и Sam's Club, король розничной торговли XX века. Впервые в истории бизнеса довел объем продаж до 1 млрд долларов менее чем за 20 лет. Сегодня сеть Wal-Mart насчитывает более 6000 магазинов, где работают 2,8 млн сотрудников. С 1985 по 1988 год журнал Forbes признавал Сэма Уолтона самым богатым человеком Америки. Спустя 25 лет после смерти основателя Wal-Mart занимает 17-е место в списке крупнейших публичных компаний мира Forbes Global.

© Smart Reading, 2020

© Смарт Ридинг, 2020

Содержание

Введение	7
1. Сэм Уолтон, его взгляды на жизнь и бизнес, отношение к деньгам	8
2. Предыстория Wal-Mart	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

**Краткое содержание книги:
Сделано в Америке. Как я
создал Wal-Mart. Сэм Уолтон
Сэм Уолтон**

Сделано в Америке. Как я создал Wal-Mart

Оригинальное название:

Made in America

Автор:

Sam Walton

Тема:

Менеджмент

Правовую поддержку обеспечивает юридическая фирма AllMediaLaw

www.allmedialaw.ru

Введение

Трудно найти другое издание, которое с таким же правом претендовало бы на роль «библии для ритейлера». Книга вышла еще в 1992 году и сразу стала бестселлером. Спустя несколько месяцев Сэма Уолтона не стало. Эта автобиография – его завещание. С предельной откровенностью он рассказывает о своих взглядах на жизнь, о людях, которые сделали возможным сегодняшний успех сети, о технологиях, позволивших достичь желаемого. Это настоящая копилка секретов и ключ к разгадке феномена Wal-Mart. От ее создателя, из первых рук.

История Wal-Mart – яркая иллюстрация американской мечты. Рассказ о предпринимательстве, риске, тяжком труде, о вере в свою идею вопреки неверию окружающих и о верности своим идеалам. А еще, по мнению Сэма Уолтона, это доказательство полнейшего отсутствия каких-либо пределов того, чего может достигнуть обычный трудяга, если только предоставить ему возможность, поддержать его и дать ему стимул работать в полную силу.

Книга-вдохновение и в то же время сборник советов, наблюдений и лайфхаков от короля розничной торговли. Один из принципов основателя Wal-Mart – смотреть, что делают конкуренты, и брать хорошие идеи для развития собственного дела. Знакомство с книгой – та самая возможность заимствовать ценные мысли и внедрять их в своем бизнесе. Она будет интересна как начинающим предпринимателям, так и топ-менеджерам корпораций.

1. Сэм Уолтон, его взгляды на жизнь и бизнес, отношение к деньгам

«Для меня клиент – всегда клиент, и следует стараться продать ему все, что только сможешь».
Сэм Уолтон

Рассказ о Wal-Mart невозможен без нескольких слов о личности ее основателя. Сэм Уолтон рос в семье фермеров, его детство пришлось на период Великой депрессии. Родители привили сыну уважение к деньгам и умение их ценить – будучи ребенком, он доил коров и доставлял молоко клиентам, разносил газеты и продавал журнальную подписку. Начиная со средней школы, всю одежду он покупал на самостоятельно заработанные деньги. Учебу в колледже Сэм совмещал с работой по доставке прессы, наняв нескольких помощников и наладив дело, подрабатывал официантом, возглавлял команду спасателей в бассейне. Словом, был не только бойскаутом, лучшим учеником в школе, а затем президентом университетского студенческого совета и президентом почетного общества старшекурсников, но и трудягой. Подумывал стать страховым агентом, а в итоге пошел в розничную торговлю. После колледжа проработал 1,5 года в магазине JCPenny в Де-Мойне, штат Айова.

В 1942 году Сэма Уолтона призвали в армию, но из-за неполадок с сердцем о боевых действиях пришлось забыть, и он служил в чине младшего лейтенанта. В этот период Уолтон познакомился со своей будущей женой, Хелен Робсон. Ее отец был успешным бизнесменом, юристом, банкиром и специалистом по ведению сельского хозяйства. Молодой Уолтон прислушивался к советам отца Хелен, особенно во всем, что касалось финансовых вопросов. Робсоны очень умно вели финансовые дела: отец Хелен организовал ранчо на принципах партнерства, а Хелен и ее братья были его деловыми партнерами. Все они поочередно вели бухгалтерские книги, а у Хелен была степень бакалавра в области финансов, что в те времена было необычно для женщины. Именно по совету тестя **Сэм Уолтон позже организовал семейное предприятие на принципах партнерства, которое впоследствии превратилось в корпорацию Walton Enterprises.**

Партнерство позволяет контролировать Wal-Mart по-семейному и сохранять ее целостность, а не распродавать по частям. На момент написания книги семья Уолтонов владела 38 % акций компании. Это необычайно крупная доля, если учесть масштабы Wal-Mart, и одновременно – лучшая защита от поглощений. Перераспределение собственности было сделано настолько давно, что им не пришлось ни оформлять дарственную, ни платить налоги на наследство. Стоящий за всем этим принцип очень прост: **лучший способ сокращения суммы государственных налогов – тратить свои капиталы прежде, чем их сосчитают.** Совет директоров в лице семьи Уолтонов принимает решения, основываясь на консенсусе. Все получают поровну (единственное исключение было сделано для сына Джима, когда тот стал главой Walton Enterprises).

По словам Сэма Уолтона, одна из причин, побудивших его к написанию книги, – желание показать внукам и правнукам, что накапливать средства выгоднее, чем жить на широкую ногу. Эта жизненная философия нашла отражение в бизнесе.

«...почему сейчас, когда дела Wal-Mart идут столь успешно и у нас 50 миллиардов годовой прибыли, у нас такие скромные запросы? Потому что мы знаем цену деньгам. Всякий раз, как Wal-Mart тратит хотя бы один доллар необдуманно, это бьет по карману нашего клиента. Всякий же раз, как мы

экономим им хотя бы один доллар, мы продвигаемся еще на один шаг вперед в конкурентной борьбе...»

В 1985 году Forbes назвал Уолтона богатейшим человеком Америки. По словам друзей Сэма, его главным вдохновением были не деньги, а стремление быть всегда на пике.

Вернемся в 1945 год. Сэм Уолтон вышел в отставку, твердо решив начать самостоятельное дело и заняться розничной торговлей.

2. Предыстория Wal-Mart

Первый магазин по франшизе Ben Franklin, г. Ньюпорт, Арканзас

Первым магазином семьи Уолтон стал магазинчик в Ньюпорте, городке на 7000 человек, глубинке штата Арканзас, работающий по франшизе марки Ben Franklin. В поисках удачного старта Сэм и Хелен переезжали за два года 16 (!) раз, и жена была готова ехать куда угодно, лишь бы городок был не более 10 тысяч населения. Интересно, что впоследствии «стратегия маленьких городков» стала фишкой Wal-Mart. Еще один важный момент: **рассматривая различные предложения для старта бизнеса, Уолтоны избегали всяческих партнерских начинаний, связывая их с большим риском.**

Первый магазин Сэм купил в свои 27 лет за 25 000 долларов (пять из них пара внесла самостоятельно, а двадцать они заняли у отца Хелен). При уровне продаж в 72 000 долларов в год, арендная плата составляла 5 % суммы. Изначально Уолтон думал, что это немного, но как выяснилось позже, столько за аренду никто в отрасли не платил. Его магазин был типичным универмагом старого типа, с торговым залом 50 на 100 футов, выходящим витринами на Фронт-стрит, в самом центре городка, а из окон виднелись железнодорожные рельсы. В те времена в таких магазинах велись кассовые книги, а за каждым прилавком были проходы для продавцов. Самообслуживания как такового еще не было. Через дорогу располагался магазин фирмы Sterling, мощный конкурент с годовой выручкой 150 000 долларов, вдвое больше, чем универмаг Сэма.

Сэм Уолтон убежден: учиться можно у кого угодно. Большую часть своих знаний он приобрел, наблюдая за магазинами конкурентов и тем, что они делают для привлечения покупателей. Пригодилась в обучении и программа для владельцев независимых магазинов, которую предоставляла франшиза марки Ben Franklin. Они разработали собственную систему учета с пошаговыми инструкциями, предоставляли ведомости наличных товаров, отчетности по учету и оплате, ведомости прибылей и убытков, регистры учета, так называемые книжечки «переплюнь вчерашний день», по которым можно было сравнить продажи этого года с прошлогодними. Словом, там было все необходимое торговцу для ведения дел. Сэм Уолтон пользовался их системой бухучета еще долгие годы, включая первые пять магазинов сети Wal-Mart.

Для новичка-ритейлера работа по франчайзингу – настоящая находка, так как можно пользоваться готовыми наработками сети. В то же время это масса ограничений для творческой личности с миллионом собственных идей, каким был молодой Сэм Уолтон. Ben Franklin диктовала своим франчайзи, какой товар продавать, по какой цене, как рекламироваться, и не давала малейшей возможности принимать решения. Уолтон довольно скоро начал искать альтернативных поставщиков, покупая товар в среднем на 20 % дешевле. По контракту он должен был приобретать как минимум 80 % своего товара у Ben Franklin. И только потому, что его магазин из отстающих очень быстро вышел на одно из первых мест по продажам в округе, компания закрывала на это глаза.

Автор рассказывает историю, объясняющую, каким образом Wal-Mart достиг нынешних высот. Поставщик Гарри торговал дамскими трусиками по 2 доллара за дюжину. Точно такие же Уолтон брал у Ben Franklin по 2,50 за дюжину, а продавал их по доллару за три пары. Покупая их у Гарри, он мог продавать их по четыре за доллар. Эта простая истина изменила всю американскую систему торговли. Скажем, он покупал какой-то товар по 80 центов за штуку и обнаруживал, что если продаст его по 1 доллару, то сможет продать в три раза больше, чем назначив цену в 1,20 доллара. На одной штуке он зарабатывал лишь половину своей прибыли, но, продавая товара втрое больше, увеличивал валовую прибыль.

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.