

Adrian NICULESCU

Founder Frizeria București

După anii '90 tatăl meu a deschis un butic de cartier, care a mers foarte bine... Până pe la vârsta de 16 ani și jumătate n-am dus lipsă de nimic, dar nici nu am fost învățat cu banii. Duceam o viață normală. Prin 2000 însă, tata a pierdut tot. Părinții mei mai deschiseseră două spații și din cauza prea multor datorii n-au mai putut face față și au fost nevoiți să închidă. Din acel moment ne-am trezit în stradă, cu hainele după noi. Tata a divorțat de mama și familia s-a dezbinat, iar fiecare a luat-o pe drumul său. A fost o perioadă în care eram nevoit să supraviețuiesc, să găsec un loc unde să dorm de pe o zi pe alta. Am început să muncesc de cum am terminat liceul. Am fost ospătar la diverse restaurante, iar la 21 de ani am plecat pe vas, unde dormeam cam cinci ore pe zi și restul le munceam.

La 23 de ani am început școala de coafor și de atunci am muncit încontinuu ca să ajung la nivelul din ziua de astăzi. Practic am investit aproximativ 14 ani în educație, după care am deschis afacerile pe care la conduc astăzi. Pot să spun că am încercat foarte multe lucruri până să-mi iasă ceva, și asta le sugerez tuturor... Am încercat să scot câteva melodii, am jucat într-o telenovelă, am fost model la diverse agenții pentru câteva

brand-uri, am jucat fotbal. Toată viața mea o să se regăsească pe larg în cartea pe care urmează s-o scot „Sculptorul mentalității românești printr-o poveste reală”.

Devenind foarte bun în domeniul în care lucrezi, ajungi să îți dorești să fi mai mult decât un simplu angajat, mai mult decât să primești un salariu mai puțin motivant, mai mult decât să înveți doar tu fără să predai „ștafeta” și altor doritori de cunoaștere în domeniu.

După 12 ani de experiență, în condițiile în care, forțat fiind de împrejurări, am început să lucrez de la 18 ani, dedicând atât de mult timp unui singur domeniu, mi-am dezvoltat dorința de a fi antreprenor și am vrut să îmi impun propriul concept. Astfel, după 10 ani de experiență în domeniul hairstylingului, dintre care cinci ani am lucrat zilnic, de luni până sâmbătă la salon, iar duminicile mergeam la proprii clienți, mi-am descoperit o latură nouă și mi-am dat seama că îmi place să îi învăț și să îi motivez pe ucenici. Aceasta este dorința de bază de la care a pornit școala de coafor pe care am deschis-o în jurul anilor 2013-2014. Primul lucru pe care l-am făcut a fost să vorbesc cu un prieten de al fratelui meu, știind ca el face site-uri și se pricepe destul de bine la partea de marketing. Așa a început business-ul, cu 50 de dolari care au acoperit plata platformei pentru site și pagina de facebook. Filmulețele le înregistram de pe telefonul mobil.

Primul eșec a apărut după primii trei ani. Până atunci reușisem să fac profit mare față de cei 50 de dolari investiți la început, ținând cont că activitatea mi-o desfășuram în propria

garsoniera, în care de altfel locuiesc și azi. Investind cu cap toți banii, am reușit ca în primii trei ani să stau departe de eșecuri. Am deschis după doi ani prima locație: *București-Frizeria*, care avea un singur scaun. După aceea, am deschis locație după locație, până am ajuns la cinci spații după primii trei ani de antreprenariat. Eșecul a venit după deschiderea locației cu numărul șase. O nouă frizerie deschisă în zona Pipera, în care am investit prea mult în amenajare și deschiderea spațiului, neluând în calcul lipsa metroului din zonă. Un al doilea eșec a apărut atunci când am vrut să lansez un nou concept: – *Frizeria Office* –, care pornea de la o idee simplă – cele care tundeau erau toate femei. N-am luat în considerare faptul că acest concept s-ar putea să nu fie chiar potrivit, mai ales că majoritatea clienților veneau doar ca să „prindă” angajatele. După câteva luni în care efectiv conceptul n-a fost profitabil, am ajuns la concluzia că cel mai bine ar fi să închidem acel „robinet” care nu funcționa. Cu toate acestea, am ajuns să mă bucur într-un fel de eșecurile venite târziu, care nu au pus în pericol întreaga afacere. Eram conștient că la un moment dat tot vom întâmpina probleme și chiar ne miram că în primii ani de dezvoltare nu am avut de înfruntat nicio piedică. Am avut puterea de a privi și partea bună dintr-un rău. Motivele eșecurilor au fost deciziile pripite pe care le-am luat, negândite în profunzime și fără a fi văzute în lumina tuturor perspectivelor. De exemplu, cu cea de a șasea frizerie am crezut că vom acapara doar clienți din zona Pipera. Targetul nostru nu erau cei din centrul Bucureștiului, care ne-au surprins și au format pentru o vreme clientela

frizeriei. Însă era oarecum evident că îi vom pierde din cauza lipsei metroului sau a transportului, fiind o zonă ruptă de București. De asemenea, munca cu angajați într-un domeniu în care se poate lucra și pe cont propriu nu a fost luată în considerare și am ajuns să rămânem și fără angajați și cu clientela furată. Aceasta reprezintă o problemă în multe domenii și un lucru greu de schimbat orice ai încerca să implementezi pentru a-ți păstra angajații.

Din aceste eșecuri am extras niște învățături referitoare la deciziile pripite. Eu și asociatul meu suntem diferiți în această privință, el e cel care gândește o idee și ia o decizie după ce a întors-o pe toate părțile, eu sunt cel spontan. Însă, fiind și foarte convingător, l-am tras după mine într-un prim eșec.

Acum am înființat o firmă care constă într-o gamă de produse, prima firmă de produse pentru hairstyling înființată în România de către un român. Totuși, din cauza concurenței firmelor străine, nu merge atât de bine pe cât îmi doresc, dar continui să promovez gama în speranța dezvoltării cât mai mari pe piața din România. În acest moment am în plan să dau drumul unei platforme motivaționale, fiind o nișă care se cere și pentru audiență uriașă. O platformă unică, acoperind mai multe domenii.

În final aș vrea să ofer câteva sfaturi pentru cititori, antreprenori sau viitori antreprenori.

În dezvoltarea unei afaceri, banii investiți la început, mai mulți sau mai puțini, să îi consideri pierduți și să nu îți pui toate așteptările în acei bani.

Nu deschide un business din afara ariei domeniului tău sau meseriei tale. Găsește-ți un domeniu în care să te regăsești, învață-l, stăpânește-l, muncește să devii al naibii de bun, iar mai apoi se va contura dorința de a pune pe picioare o afacere. Stăpânind domeniul vei avea mai multe șanse spre succes.

Fii unic și încearcă să ieși în evidență pe piață, majoritatea vin cu idei deja existente și își pierd din start autenticitatea.

Să nu îți fie teamă să pornești. În orice circumstanțe te-ai afla, dacă ai o dorință, continuă să muncești pentru ea și pentru țelul ales. Eu am pornit cu un dezavantaj care m-a motivat și trezit: ai mei au pierdut tot și am rămas în stradă, dar astfel mi-am găsit curajul să ies din noroi, învățând singur cum să mă curăț de el și să fac un pas spre succes.

Eșecul e vital în orice drum spre succes. Fără eșecuri nu poți crește. Dacă te mulțumești cu puțin și de teama eșecului doar te complaci, ajungi mai târziu să îți pară rău că nici măcar nu ai încercat. Totul e mental, ține de felul cum gândești și interpretezi un eșec. Dacă ceea ce îți apare în cale te împiedică să crești și îl setezi mental ca un obstacol greu de trecut, urmele pe care le va lăsa nu vor fi învățături și nu ai să reușești să te pregătești serios pentru următoarele etape. Să-ți înfrunți propriile eșecuri și să reușești să treci peste ele este deja un prim semn al pașilor spre succes, așa că învață să ții piept oricăror probleme și învață ceva din fiecare întâmplare, ca pe mai târziu să fii pregătit să te bucuri de succes. P.S.: Te invit să accesezi cel mai nou produs al meu, platforma www.anmotivational.ro!

Anabela LUCA

Managing Director adLemonade

Salut! Sunt Anabela de la adLemonade. Acum câțiva ani am avut un vis: să creez o agenție de marketing digital care să ofere reclame proaspete, cu rezultate sănătoase în online, pentru afacerile din România și nu numai. Astfel, în 2012 am creat adLemonade, agenția dedicată de performance marketing care aduce un plus de culoare, savoare și performanță campaniilor de Google Ads sau Social media ale clienților noștri. De mai bine de șase ani servim peste 300 de clienți și ne trezim în fiecare zi cu aceeași pasiune și cu entuziasm pentru munca noastră. Ca antreprenor, limonada de reclame mi-a oferit oportunitatea să îmi depășesc limitele în nenumărate rânduri, începând de la abilitățile manageriale și până la cele financiare, de HR sau parteneriate strategice. Deși am absolvit o facultate de management, nu aveam experiența practică a gestionării unei afaceri și practica e de multe ori extrem de diferită față de teorie. Antreprenoriatul e ca un roller coaster care îți oferă stări de euforie, dar te și afundă în abisuri întunecate în care îți vine să lași totul baltă și să pleci, să faci orice altceva decât ceea ce ai început. Am învățat pe acest drum că victoriile merită sărbătorite, iar înfrângerile acceptate și depășite.

Ca antreprenor, cred că e necesar să bifezi câteva lucruri esențiale pentru a nu da greș. Primul se referă la a avea o viziune foarte clară cu privire la ce vrei să faci și unde vrei să ajungi. Când am pornit agenția, mi-am propus să ofer un înalt nivel de performanță atât în campaniile pe care le gestionăm, cât și în relația cu clientul. Azi mă bucur să spun că suntem în top 5 agenții Google din România și avem parteneri internaționali care ne confirmă valoarea și ne apreciază profesionalismul. Desigur, asta nu înseamnă că nu greșim niciodată. Însă, atunci când o facem, ne cerem scuze sincer, prezentăm obiectiv cele întâmplate și oferim soluții concrete pe care le putem adopta pentru a compensa greșeala. Cred că e important să fii profesionist atât în succese, cât și în eșecuri.

Al doilea aspect este legat de comunicarea viziunii tale echipei, clienților sau posibililor investitori. A avea o viziune clară e minunat, însă, ea nu are niciun impact dacă nu o cunoaște nimeni. Și, nu în ultimul rând, e nevoie de construirea unei echipe încheiate, the dream team, care să ducă lucrurile la bun sfârșit. Dacă e să vorbim de eșec, cred că e important să subliniem că acesta nu face parte din cultura noastră. Este marginalizat, ascuns sub preș și trecut cu vederea.

Vănăm adesea succese răsunătoare fără să înțelegem cu adevărat ce se ascunde în spatele acelui succes.

Eșecul e parte din viața noastră și devine din ce în ce mai dificil să îl acceptăm într-o lume în care social media proiectează o imagine perfectă a noastră și nu lasă loc niciunei slăbiciuni să vadă lumina zilei. De multe ori, în spatele unei decizii strălucite,

au stat câteva eșecuri dureroase despre care nu vorbește nimeni. Ca antreprenor, unul din eșecurile cu care m-am confruntat a fost că nu am reușit de fiecare dată să atrag oamenii cei mai potriviți în echipa. Acest lucru a avut un impact negativ atât asupra performanței echipei, asupra moralului ei, dar și asupra continuității și a consistenței comunicării de brand. Desigur, am început compania cu un nucleu de oameni foarte frumoși cu care am construit campanii și experiențe memorabile. Apoi, am vrut să cresc mai repede decât puteam și am luat în echipă oameni care nu aveau aceleași valori ca și noi. Acest lucru ne-a destabilizat pe termen scurt. Am încercat coaching, mentoring, training-uri pentru a promova valorile companiei, însă încercam să schimbăm oamenii respectivi din ceea ce erau ei, lucru de care suntem conștienți cu toții că nu se poate. Ne putem schimba doar pe noi înșine, pe ceilalți doar indirect, prin puterea exemplului.

Eșec consider că a fost nu doar decizia de a angaja oamenii nepotriviți, ci și încăpățânarea de a-i păstra și de a-i „repara”. Ce a însemnat asta de fapt? Stres mai mult (și pentru mine și pentru echipă), resurse de timp și de know-how suplimentare, profitabilitate mai scăzută. Cred că e extrem de important să recunoști când ai greșit, să lași ego-ul la o parte, mai ales în discuțiile cu tine pe care le ai noaptea târziu; când toți ceilalți dorm doar tu faci planuri și analize.

Imediat după ce recunoști că ai greșit, acționează. Așteptarea nu face decât să îngreuneze lucrurile și mai tare. Decide ce e de făcut și fă-o azi. Dacă e să dai pe cineva afară, invită

persoana respectivă la o discuție și încearcă să vezi ce oportunități poate găsi în afara companiei. Dacă e să schimbi un furnizor, încheie contractul cât mai repede și reevaluează-ți lista cu criteriile de selecție. Poate nu ai trecut acolo ce era cel mai important pentru tine sau nu le-ai ordonat în funcție de importanță.

Eșecul nu ar trebui să fie un scop în sine, ci un fapt pe care trebuie să îl acceptăm și cu care să ne obișnuim în drumul spre succes. E acea durere musculară când mergi la sală. Nu poți avea corpul ideal fără muncă, transpirație, dureri. Obiectivul este forma perfectă, dar, dacă nu treci și prin acele dureri, nu îl vei atinge niciodată.

Eșecul este reversul monedei cu care se cumpără succesul. Greșim ca să primim lecții importante și ca să facem data viitoare mai bine. Să creștem, să evoluăm. Succesul este despre drumul pe care îl facem pentru a ajunge acolo.

Eșecul poate însemna și teama de a-ți asuma riscuri. Antreprenoriatul în sine presupune să ai de-a face cu multe incertitudini, să iei decizii și să-ți asumi anumite riscuri. E important să fii conștient de potențialul impact al deciziilor tale și să ți-l asumi, altfel vei rămâne în blocaj decizional și afacerea ta va stagna sau chiar va scădea.

Deși există acest concept de *fail fast, fail often*, ar trebui totuși să căutăm succesul, nu eșecul. În acest context, el devine de fapt oportunitatea de învățare din spate, nu un obstacol de netrecut. Mă uit la fiul meu de 8 luni care acum învață să meargă și sunt fascinată de perseverența cu care cade și se ridică

din nou în încercarea de a mai face un pas. Fiecare căzătură nu este un eșec, ci o lecție. Încet, încet, va învăța să meargă perfect, „eșuând” des. Totuși, atenția lui e canalizată pe a merge, nu pe ce va face dacă va cădea din nou. Cred că aceasta e de fapt perspectiva sănătoasă pe care ar trebui să ne-o însușim și îi mulțumesc fiului meu pentru această lecție frumoasă. ☺

Nu în ultimul rând, eșecul poate însemna niște lecții dure. Bani investiți aiurea, clienți neprofitabili, angajați problematici. Toate aceste „eșecuri” se pot învăța pe bani mult mai puțini dacă ai un mentor. Mentorul te poate ajuta cu o perspectivă obiectivă atunci când tu ești prea băgat cu capul în probleme, îți poate oferi un sfat calificat sau te poate trage de mânecă atunci când deviezi de la obiectivele tale. Chiar dacă timpul unui mentor ți se poate părea scump (poate fi și 300-500 euro/oră), gândește-te la final câte resurse îți salvează o discuție cu el: de timp, de bani, de oameni, de imagine. De neprețuit. Unde mai pui că mai taie și din deciziile acelea bazate pe ego care, știm cu toții, e destul de mare cam la toți antreprenorii.

În final, cred că fiecare dintre noi trebuie să ne străduim să fim cea mai bună versiune a noastră, să ne aducem contribuția proprie în lume și, dacă se întâmplă să eșuăm în acest răstimp, să ne luăm lecțiile și să mergem mai departe. Să nu uităm să ne bucurăm de viață, de micile ei momente de fericire. Frumusețea este peste tot în jurul nostru și ar fi un eșec să nu o observăm.

Andrei URSACHI

Business Angel

Am ales să fiu antreprenor pentru că îmi oferă foarte multă dinamică. Sunt genul de persoană care se plictisește foarte repede dacă trebuie să facă zi de zi același lucru.

Antreprenoriatul îmi oferă provocări tot timpul. Îmi place să lucrez în stilul meu, de unde vreau eu, să lucrez la un lucru, să trec la altul, să decid care sunt oamenii cu care mă înconjur sau poate chiar să renunț de tot la o idee și să trec la un proiect nou.

Primele „afaceri” au început la vârsta de 15 ani. Pe atunci vindeam accesorii de telefoane cunoscuților și colegilor de la școală. Cu timpul lucrurile au devenit mai serioase și am trecut la afaceri mai mari.

La 18 ani am înființat alături de un asociat o agenție SEO. Îmi amintesc că în primele patru luni am încasat 1.000 lei, în următoarele patru luni 4.000 lei, iar până la sfârșitul anului aproximativ 35.000 lei. A fost o perioadă grea, nu știam nici măcar ce înseamnă TVA-ul sau cum funcționează sistemul fiscal. Într-un timp relativ scurt mi-am dat seama că trebuie să învăț cum funcționează afacerile. Am început astfel să citesc codul fiscal, codul muncii și tot felul de cărți despre dezvoltare personală. În scurt timp știam legislația fiscală mai bine decât