

Fracassar no és dolent

Segur que molts cops heu sentit: «no es fracassa, s'aprèn», o «no són importants els cops que caus, sinó els que t'aixeques». Aquestes sentències no s'allunyen massa de la realitat. Personalment, estic totalment d'acord amb el missatge, però, alhora, considero que fracassar forma part d'un aprenentatge, però no hem de confondre el fracàs accidental amb un fracassar per fracassar. Si m'admeteu l'atreviment, us indico algunes de les claus s'han tenir en compte per evitar-lo:

Resolem un problema o una necessitat? Si la nostra proposta empresarial no s'encamina a cobrir una necessitat del mercat, pot ser bastant complicat que hi trobem el nostre espai. Assemblar-se massa a la resta d'empreses, no aportar un valor diferencial o generar una avantatge competitiu, pot suposar un clar signe de fracàs.

Disposem d'una estratègia clara i coherent? Segur que heu sentit a parlar de la necessitat d'«alienar la nostra estratègia en tots els àmbits de l'empresa». No fa referència només a grans multinacionals, ni molt menys. En qualsevol *pime* o *startup* hem de ser capaços de fer el mateix. En què consisteix? Cal establir una estratègia global que s'apliqui de la mateixa manera en tots els departaments i àrees de la nostra empresa. Si no és així, la mà dreta no sabrà que fa la mà esquerra, estarem malgastant recursos i temps i, sobretot, creixerà la probabilitat que el projecte no arribi a bon port.

Tenim una bona previsió de tresoreria? Us asseguro que no hi ha res pitjor que començar un projecte sense tenir una previsió dels diners que ens aniran fent falta al llarg dels mesos. No cal posar-vos exemples de negocis que obren les portes i, en menys de tres mesos, tanquen. Si, d'acord, la situació econòmica no acompanya, però posaria la mà al foc que moltes d'aquests incipients iniciatives empresarials no han estat capaces de preveure les despeses ni de tenir disponibilitat pressupostària per fer-hi front.

L'equip del nostre projecte és equilibrat i s'ajusta a les nostres necessitats? Ja he comentat que l'estratègia és important. També ho és l'equip que l'ha de portar a terme. Tots els membres tenen el mateix nivell d'implicació? Treballarem dia i nit per tirar-lo endavant si és necessari? Som tots enginyers i no tenim comercials? I un llarg etcètera. En resum, l'equip ha d'estar equilibrat al màxim i ha de poder donar resposta a totes les funcions que s'hagin de desenvolupar.

Atents al mercat! El món es mou molt ràpid! Igual que les tendències. Les necessitats dels clients, lògicament, condueixen a modificar i crear nous mercats. Si no som capaços d'estar atents als canvis, podem estar intentant vendre cintes de vídeo quan ja existeix l'mp4.

I en darrer lloc, però no menys important... si fallem al principi, és important ser capaços de fer una bona anàlisi. No ens ha de doldre haver fracassat. Hem de ser capaços de treure'n un bon aprenentatge. D'aquesta manera, augmentarem les probabilitats d'èxit la per a la pròxima ocasió.