

#1 *NEW YORK TIMES* BESTSELLER

GARY VAYNERCHUK



NA PLNÝ PLYN!

**ÚSPEŠNÍ PODNIKATELIA SPOLU
S BIZNISOM BUDUJÚ AJ SVOJ VPLYV –
JE NAČASE, ABY STE ZAČALI AJ VY!**





NA PLNÝ PLYN!

GARY VAYNERCHUK



NA PLNÝ PLYN!

**ÚSPEŠNÍ PODNIKATELIA SPOLU
S BIZNISOM BUDUJÚ AJ SVOJ VPLYV –
JE NAČASE, ABY STE ZAČALI AJ VY!**

TATRAN

Z anglického originálu Gary Vaynerchuk: CRUSHING IT!,
ktorý vyšiel vo vydavateľstve HarperCollins Publishers, New York, USA 2018,
preložili Natália Rondziková a Igor Tyšš.

Vyšlo v roku 70. výročia Vydavateľstva TATRAN, Bratislava 2018
ako 5172. publikácia.

Vydanie I.

Prebal a väzbu podľa pôvodného návrhu spracoval AldoDesign, Bratislava.

Zodpovedná redaktorka Daniela Šinková

Jazyková redaktorka Marta Bábiková

Technický redaktor Jaroslav Zdražil

Sadzba RS servis, Bratislava

Vytlačila CPI Moravia Books, Pohořelice.

www.slovtatran.sk

:: knihy pre **hodnotnejší** život

Published by arrangement with HarperCollins Publishers.

All rights reserved.

Copyright © 2018 by Gary Vaynerchuk

Translation © Natália Rondziková a Igor Tyšš 2018

Slovak edition © Vydavateľstvo TATRAN 2018

ISBN 978-80-222-0965-6

EDIČNÁ POZNÁMKA

Všetky úryvky mailovej komunikácie a záznamy rozhovorov sme krátili a upravovali, aby bol ich obsah jasnejší.

TÚTO KNIHU VENUJEM ĽUĎOM,
KTORÍ SI UVEDOMILI ZÁZRAKY
A PRÍLEŽITOSTI, ČO NÁM PRINIESLA
NOVÁ DIGITÁLNA DOBA.
VENUJEM JU TÝM ODVÁŽNYM,
ČO SA NEBOJA VYKROČIŤ ZA ŠŤASTÍM
NIELEN VO SVOJOM ŽIVOTE,
ALE AJ VO SVOJEJ PRÁCI.



OBSAH

Predslov

13

I. ČASŤ: NAŠTARTUJTE SA

1. kapitola: Vydajte sa na vlastnú cestu	27
2. kapitola: Čo (stále) zaberá	43
3. kapitola: Ôsmy princíp – obsah	83
4. kapitola: Čo vám teda bráni?	101
5. kapitola: Čo potrebujete, aby ste to roztočili	124

II. ČASŤ: ROZBEHNITE SA

6. kapitola: Ako začať	137
7. kapitola: Zviditeľnite sa	141
8. kapitola: Musical.ly	145
9. kapitola: Snapchat	159
10. kapitola: Twitter	177
11. kapitola: YouTube	189

12. kapitola: Facebook	207
13. kapitola: Instagram	221
14. kapitola: Podcasty	233
15. kapitola: Voice-First	243
Záver	259
Podakovanie	263
Poznámky	265
O autorovi	271



PREDSLOV

Moja osemročná dcéra Misha vyhlásila, že keď vyrastie, chce byť youterkou. Taký výrok neprekvapí – keď deti zistia, čo robia ich rodičia, chcú robiť to isté (a okrem toho lietať do vesmíru). Moja dcérka vidí, ako trávim celé dni na internetových platformách, rozprávam sa s ľuďmi a podnikám, a, samozrejme, vidí, že svoju prácu milujem. Mňa potom nemôže prekvapiť, ak chce Misha robiť to isté.

Vás však zrejme prekvapí, ak zájdete do základnej školy a spýtate sa detí, čím chcú byť, keď vyrastú, že viaceré z nich odpovedia, že chcú byť youtuberami.

O osobnej značke sa naši najmenší zrejme neučia na občianskej výchove, no dnešné deti veľmi dobre vedia, že tvorba youtubových videí, nahrávanie fotiek s popiskami na Instagram, uverejňovanie príspevkov v dĺžke do 280 znakov na Twitteri či posielanie momentiek na Snapchate je normálna práca. A vedia tiež, že pár šťastlivcom taká práca prinesie slávu a peniaze. Naše deti snívajú, že z nich budú internetové celebrity – podobne ako sme my snívali, že z nás budú hollywoodske celebrity. Žiaľ, rodičia často nevedia, čo na sny svojich ratolestí povedať. Pokiaľ sami nepodnikajú alebo dobre nepoznajú súčasné prostredie internetu, často sa zmôžu len na začudované „To čo je?“. Alebo ešte horšie – uchýlia sa k úzkoprsému výsmechu: „Prosím ťa, to nie je normálna práca.“ Jasné, pár z nich sa nechápavo pousmeje a zmôže sa na mierne „Výborne, zlatko. Ale musíš sa poriadne snažiť“. Len čo deti zmiznú z dohľadu, aj títo rodičia nechápavo pokrútia hlavou nad sladkou nerozvážnosťou mladých.

Neviete si predstaviť, ako mi to ide na nervy.

Odpovede, ako je tá prvá, sú úplne nanič, nemá zmysel sa o nich baviť. Všetky klasické odpovede rodičov však ukazujú, že staršie ročníky často nemajú ani tušenia, v akom svete žijeme. V dnešnom svete jedenástročný chlapec a jeho otec dokážu zarobiť milióny z kanála na YouTube tým, že sa natáčajú, ako rozrezávajú veci od výmyslu sveta.

Ja som pritom celý čas vedel, že sociálne médiá takto zmenia svet. Mám tendenciu vyslovovať prehnané predpovede, no práve o tejto veci som vyslovil svoj najpresnejší predpoklad. Iróniou osudu však zostáva, že sa moja predpoveď naplnila oveľa viac, ako som si dokázal predstaviť.

Pred pár rokmi som totiž vyhlásil, že úspešný príbeh môjho biznisu nebude ani zďaleka výnimočný.

Toto som po prvý raz vyhlásil, keď sa narodila Misha, a to hneď v úvode svojej prvej knižky o podnikaní *Crush It! (Roztoč to! *)*. V nej som opísal, ako som si s pomocou internetu vybudoval silnú osobnú značku. Vďaka nej som ročný obrat nášho rodinného podniku Shopper's Discount Liquors zvýšil zo štyroch miliónov na šesťdesiat miliónov. Moja obchodná stratégia bola pritom až drzo jednoduchá: potenciálnym zákazníkom som sa prihovárал priamo pomocou jednoduchého videoblogu. Vzťahy so zákazníkmi som rozvíjal na Twitteri a Facebooku. Chcel som, aby sa so mnou ľudia bavili priamo, podobne ako sa v minulom storočí ľudia bežne bavili s majiteľom miestneho obchodu. Než som sa v roku 2009 dostal k napísaniu prvej knihy, svoje podnikanie som rozšíril. Môj pôvodný podnikateľský zámer predávať víno prerástol do väčšieho, všeobecnejšieho projektu. Chcel som sa venovať budovaniu podnikania. Začal som cestovať po svete a hovoril som každému, kto bol ochotný ma počúvať, že plat-

* Pozn. prekl.: Kniha *Crush It!* bola preložená do slovenčiny pod názvom *Roztoč to!* (Eastone Books, 2011, prel. Stanislav Petruš). Všetky tituly (knihy, audiovizuálne diela a pod.), ktoré boli preložené do slovenčiny, uvádzame so slovenským názvom v kurzíve (a podľa potreby aj s pôvodným názvom). Pokiaľ tituly preložené neboli, uvádzame ich pre lepšiu prehľadnosť (aby si o nich mohli čitatelia vyhľadať ďalšie informácie) v pôvodnom jazyku v kurzíve s orientačným prekladom v zátvorke (v tomto prípade už slovenský názov textu nie je v kurzíve).

formy ako Facebook, Twitter a YouTube predstavujú budúcnosť podnikania. Bolo to v čase, keď ich väčšina veľkých hráčov zo sveta biznisu považovala za stratu času. Dnes tomu ťažko uveriť, no vtedy bola digitálna revolúcia v začiatkoch a ja som musel pri každej príležitosti opisovať, ako nové sociálne médiá fungujú. Na začiatku každej prednášky o podnikaní som ľuďom musel vysvetliť, že na Facebooku sa dajú zdieľať články, fotografie a rovnako aj pocity a názory. Moje publikum vtedy často nechápalo, ako funguje Twitter – tak som ho prirovnával k Facebooku s tým rozdielom, že tam sú príspevky za každým verejným a ich dĺžka je – respektíve vtedy bola – obmedzená na 140 znakov. Budovanie osobnej značky, to čo je? Nikto nechápal, o čom hovorím. Dnes tomu ťažko uveríte, ale ani nie pred desiatimi rokmi si ľudia mysleli, že iba zopár šťastlivcov má reálne šancu roztočiť podnikanie za pomoci sociálnych médií.

Dnes šéfujem veľkej digitálnej mediálnej agentúre. Máme prevádzky v New Yorku, Los Angeles, Chattanooga a v Londýne. Aj dnes sa so svojim publikom a svojimi zákazníkmi kontaktujem cez Twitter, Facebook, Instagram a Snapchat. A som vlastne na každej platforme, o ktorú sa ľudia zaujímajú. Stále cestujem po svete a prednášam. K miliónom ľudí sa prihovám aj cez svoju youtubovú reláciu #AskGaryVee a vydávam aj denný youtubový videodokument DailyVee. Ľudia ma však poznajú aj z reality šou Planet of the Apps z dielne Apple, ktorá sa venuje vývoju nových mobilných aplikácií. A, samozrejme, som známy aj vďaka knihám, ako je táto, čo práve držíte v ruke. Neustále pracujem. Mám dosah na čoraz väčšie množstvo ľudí. A nikdy som nebol spokojnejší.

Môj príbeh však dnes nie je ani zďaleka výnimočný.

Dnes si už pomocou internetu vybudovali silnú osobnú značku milióny ľudí. Ich podnikanie vďaka tomu prekvitá a oni môžu žiť, ako chcú. Ľudia, čo to roztočili na plný plyn, pochopili, že najviac ich životy naplňa, keď podnikajú s niečím, čo milujú. Každý deň robia, čo chcú – a možností majú stále viac. V roku 2009 ste mohli vďaka internetu rozbehnúť napríklad predaj domácich kompótov alebo predaj na mieru projektovaných domov na strome. Dnes môžete podnikáť s tým, akí ste. Povedzme, že ste mamička, máte dobrý vkus alebo nezvyčajné

názory. Dnes môžete svojou značkou, vlastnou osobnosťou a svojím životom propagovať vlastný biznis. Alebo tým biznisom môže byť práve vaša osobná značka. Figúrky zo smotánky, deti celebrit či hviezdičky z reality šou takto fungujú celé roky. Teraz sa aj my ostatní musíme naučiť, ako zarobiť na veciach, čo by sme radi robili aj zadarmo.

Odkedy vyšla kniha *Roztoč to!*, mnoho sa zmenilo, no, na druhej strane, mnohé, čo som povedal, stále platí. Vy, čo ma sledujete dlhšie, už viete, že v nahrávke každej mojej prednášky môžete pokojne preskočiť desať minút na začiatku: len zopakujem základné informácie o svojom živote a vysvetlím svoje základné presvedčenie o svete podnikania. To všetko sa za takmer desať rokov vlastne nezmenilo. Po prvých desiatich minútach však ani ja neviem predvídať, čo by ste mali čakať. O tom vlastne píšem v knihe, čo práve držíte – píšem o tom, čo sa aj v mojich prednáškach každých šesť až desať mesiacov mení, pretože tak často sa menia internetové platformy, na ktorých sa odohráva moderné podnikanie. Chcem vám dať najaktuálnejšie odporúčania na efektívne využívanie internetu, aby ste si vybudovali silnú a dlhodobu udržateľnú osobnú značku.

Najväčší rozdiel medzi mojou prvou knihou a touto je, že tentoraz nebudete čítať len o mne. Predstavím vám príbehy podnikateľov, ktorí dosiahli úspech, keď v biznise uplatnili, o čom som písal v *Roztoč to!*, a vybudovali si silnú osobnú značku. Mnohí z nich sú známi po celom svete, iní však ešte len stúpajú na vrchol. Všetci milujú svoj život. Aj keď je každý z podnikateľov a podnikateliiek, s ktorými sa v tejto knihe rozprávam, jedinečný, ulaví sa vám a zároveň vás motivuje, že sú to ľudia ako vy. Ako si dovoľujem také niečo povedať, keď vás vôbec nepoznám? Poznám tajomstvo ich (a svojho) úspechu a tým je, že úspech nemá nič spoločné s našou minulosťou, konexiami, spolužiakmi, a dokonca ani s oblasťou podnikania. Dnes sa ľudia stávajú úspešnými, keď využijú sociálne médiá, čo majú k dispozícii, a keď sú ochotní robiť, čo treba, aby tieto platformy využili naplno. Toto vás, milí priatelia, môžem naučiť.

Vopred vás však musím upozorniť, že veci, čo priniesli úspech mne, ho nemusia priniesť vám – a naopak. Preto je najdôležitejšie, aby ste

si uvedomovali, čo robíte, a vždy boli sami sebou. Ponúkam niekoľko univerzálnych princípov. Pozrieme sa spoločne na všetky súčasné dôležité sociálne siete, aby každý z vás, či už ste inštalatér (pre vás je najvhodnejšie používať Facebook, pozrite od s. 207), alebo správca národného parku (vy by ste svoj nosný obsah mali postaviť na YouTube, pozrite od s. 189), vedel, ktorá zo sociálnych sietí vám najlepšie poslúži ako nosník vášho obsahu, a tiež vám ukážem, ako v súhre s ňou a za pomoci ostatných sociálnych sietí posilníte povedomie o svojej značke. Naším cieľom teda bude podrobne rozobrať sociálne siete, ktoré vládnu dnešnému svetu obchodu. O mnohom, čo v tejto súvislosti spomeniem v tejto knihe, som už písal v *Roztoč to!*. Sociálne siete sa však od roku 2009 posunuli míľovými krokmi vpred a ponúkajú podnikateľom ešte lepšie možnosti. Dám vám preto pár teoretických a praktických rád, ako zahviezdiť na sociálnych stáliciach, ako sú Twitter, Facebook, YouTube a Instagram. Tiež vám však poradím, ako zvládnuť novinku v kyberpriestore Musical.ly, a neobídeme ani platformy na zdieľanie zvukových záznamov, medzi ktoré patria Spotify, SoundCloud alebo iTunes a tiež nová služba Alexa Skills. Tí z vás, čo už s pomocou sociálnych médií podnikáte, objavíte užitočné malé finity, kreatívne tipy a šikovné zlepšováky, ktoré budú vítaným doplnkom vašich už overených mediálnych stratégií.

Možno ma už sledujete pár rokov a povieť si, že som vám už všetko povedal. Napriek tomu vás prosím: majte so mnou ešte chvíľku trpezlivosť. Každý rok prednášam tisíckam ľudí, a stále mi pritom kladú tie isté otázky. Keď teda ešte toľkí podnikatelia neroztočili svoje sny naplno, je možné, že aj vy máte čo zlepšovať. Možno práve dnes nájdete posledný kúsok do skladačky, drobnú informáciu, podnet, ktorý vám pomôže zmiesť spreď seba všetko, čo vám bráni v úspechu. Viacerí ľudia, ktorí mi poskytli rozhovor pre túto knihu, tvrdili, že si *Roztoč to!* prečítali niekoľko ráz. Podnikateľ a podcaster John Lee Dumas sa ku knihe vracia každý rok. Veď má ani nie 150 strán a nie je to filozofický traktát. Prelúskate ju ani nie za hodinu. A predsa sa mi John Lee Dumas priznal, že si musel audio verziu *Roztoč to!* vypočuť trikrát, než konečne pochopil, čo to vlastne je silná osobná značka.

Potom ho konečne osvietilo a spustil denný podcast *Entrepreneurs on Fire*, v ktorom spovedá najzaujímavejších a najprogresívnejších amerických podnikateľov. Dnes jeho podcast kraľuje rebríčkom biznis podcastov na iTunes a mesačne mu zarobí okolo 200-tisíc dolárov. Toto všetko viem, pretože John hospodárske výsledky svojho podniku publikuje každý mesiac na svojom webe. V podcaste poslucháčov tiež informuje o svojich výdavkoch, aby sa aj iní nádejní podnikatelia mohli naučiť, čo spravil dobre a čo pokašľal. Aj takéto praktiky sú príkladom toho, akí podnikaví a kreatívni môžu byť ľudia, keď sa chcú svojou značkou odlíšiť a získať si priazeň a vernosť fanúšikov. A týchto ľudí spoznáte v knihe, čo práve držíte v rukách.

Ale, vážení, nebudem vám klamať: nech si aj k srdcu vezmete všetko, čo poviem, a zariadite sa podľa všetkých mojich rád, z väčšiny z vás sa nestanú milionári. *Prosím, nieže teraz knihu vyhodíte!* Nikto z ľudí, s ktorými sa tu zoznámite, nevedel, že zarobí veľké peniaze. Veľké peniaze zarobili len a jedine preto, že jednoznačne vynikali vo svojej práci. A okrem toho drelí tak, že im nikto nestačil. Väčšina z mojich priateľov v tejto knihe nemala na začiatku svojej podnikateľskej dráhy vysoké ambície: chceli zarábať toľko, aby im to stačilo na pohodlný život, aby sa nemuseli naháňať a mohli uživiť seba a svoju rodinu. A predovšetkým chceli pracovať tak, aby si mohli žiť po svojom. Môcť si žiť po svojom, to je podľa mňa najväčšie bohatstvo, nie peniaze. Keď sa budete snažiť naplniť tento cieľ, možno podobne ako John Lee Dumas a hostia v jeho podcaste objavíte v sebe talent a marketingovú zručnosť, ktoré vám umožnia stať sa milionármi. Svoje možnosti však neobjavíte bez toho, aby ste sa o niečo pokúsili. Už len pustiť sa do niečoho je výhra. Je to, ako keď kujete železo: musíte kuť pod tlakom a za horúca, aby ste z beztvarej rudy stvorili umelecké dielo. Táto kniha je plná inšpirácií a rád od ľudí, čo kuli železo za horúca a prešli skúškou ohňom. Dajte si od nich poradiť a objavte vlastné možnosti – dozviete sa, kým sa môžete stať.

Pozrime sa teraz na príbeh Louiea Blaku (Instagram: @louieblaka). V maile mi opísal, ako sa z učiteľa výtvarnej výchovy vypracoval na úspešného umelca. Musel sa však naučiť dôverovať svojim pocitom a naozaj sa musel zahryznúť do práce.

Učím výtvarnú na strednej škole, ale zo všetkého najviac by som chcel byť maliarom. Pred tromi rokmi som sa rozhodol, že sa do maľovania pustím aspoň popri práci. Prišli prvé úspechy, to je pravda, ale moja kariéra sa nevyvíjala, ako som si predstavoval. Nechcel som prestať maľovať, ale svojho sna som sa zrejme predsa len vzdával. Pred dvoma rokmi som si však vypočul *Roztoč to!* a vďaka tej knihe som si uvedomil, že môžem robiť viac, než sa len snažiť predávať svoje maľby. Videl som, že v Amerike sa ako huby po daždi objavujú kurzy maľovania spojené s ochutnávkami vína. Povedal som si: dokelu, a ja prečo také kurzy nerobím? Veď mám s učením maľovania dosť skúseností a okrem toho sa aj profesionálne venujem maľbe. Tak som, Gary, počúvol tvoju radu a začal sa propagovať na sociálnych sieťach. Na začiatok som zorganizoval večer maľby a vína zadarmo. Bolo to podujatie určené pre študentov a zamestnancov mojej *alma mater*, Štátnej univerzity v Montclaire. Na Instagrame som potom zdieľal fotky z večierka a zrazu sa mi ľudia začali hlásiť so žiadosťami o zorganizovanie ďalších večerov maľby a vína. Najprv som mával kurzy možno s desiatimi ľuďmi, pričom sa mi podarilo poskladať kurz asi raz za dva-tri mesiace. Postupne sa počet ľudí zvyšoval a večery som začal organizovať aj trikrát za mesiac. Môjho ďalšieho večera maľby a vína sa zúčastní asi *sto* ľudí. Propagácia ma nestála absolútne nič – všetci sa o mne dozvedeli cez Instagram alebo cez známych. Vďaka zákazníkom, čo sa zúčastnili mojich večerov, sa aj moja tvorba dostala do širšieho povedomia. Všetok nepoužitý materiál a vlastne aj „pozostatky“ z kurzov som použil pri vlastnom maľovaní.

Moja maliarska kariéra sa úspešne rozvíja. Kedysi som bol rád, že som niektorý svoj obraz predal za dvesto dolárov, dnes som už inde. V septembri sa jeden môj obraz predal za 1 300 dolárov na akcii v rámci Newyorského festivalu kávy. Svoje večery maľby a vína som spúšťal ako podujatie zadarmo v priestoroch univerzity, dnes môžem predpokladať, že mi moje večery za budúci rok zarobia 30-tisíc. (Viem, že tebe sa to nemusí zdať veľa, ale ver mi, že pre učiteľa a umelca je to astronomické číslo.)