

**Michał Jasiński**  
**Sześć uścisków dłoni i długi ogon, czyli o świecie czekającym na  
absolwentów WSB-NLU**  
**Ampersand, wyd. specjalne: 6 (2008)**

Niektóre miasta mają szczęście być siedzibą dobrej uczelni. Co ciekawe, bardzo często wiemy o istnieniu tych miast tylko dzięki temu. Któż słyszałby o małej miejscowości Cambridge w Anglii albo Princeton w stanie New Jersey w USA? Dzięki Cambridge University i Princeton University miasteczka te błyszczą na intelektualnej mapie świata - stają się centrami krystalizacji idei i fontannami innowacji. Takie same ambicje mamy dla Nowego Sącza. Gdyby jednak uczelnia nie miała dobrych absolwentów a tylko, na przykład, błyskotliwych wykładowców, jej sława byłaby krótkotrwała. A więc absolwenci są ważni dla uczelni, ale również uczelnia jest ważnym węzłem w życiu każdego z absolwentów, czyli Was.

Po pierwsze, musicie pamiętać o bardzo ważnej sprawie: tworzycie sieć. Jest to sieć silna i magiczna, bo dzięki niej wymieniamy informacje i poznajemy nowych ludzi, tworzymy nowe kontakty zawodowe. Siłę tej sieci dobrze wyraża reguła tzw. sześciu stopni oddalenia, świetnie uchwycona ideą średniej liczby uścisków dłoni (pomiędzy znajomymi), którymi można połączyć dowolne dwie osoby na kuli ziemskiej. Ile uścisków dłoni dzieli każdego z Was od Barracka Obamy, od małego chłopca ze szczepu Yanomamö z wenezuelskiej dżungli, od Dalaj Lamy, albo od Dody Elektrody? Znacznie mniej niż sądzicie.

Tworzycie bowiem sieć znajomych, a ci znajomi mają innych znajomych i, ani się spostrzeżemy, sieć naszych znajomości ogarnia cały świat. Kultywujcie ją. Przy okazji, pamiętajcie o więzi ze Szkołą, czyli o tym, że wiele z tych łańcuchów uścisków dłoni przechodzi przez ludzi, których poznaliście w WSB-NLU.

Obecnie, te uściski dłoni należy traktować jak przerośnię. W naszym świecie, w XXI-szym wieku „uściski“ często są internetowe. Poza tym, każda nieomalże decyzja człowieka przefiltrowana jest przez Internet: „Poczekaj, tylko sprawdzę to Wikipedii“ albo „Zgoogluj to sobie, to będziesz wiedzieć“ albo „Sciągnij to sobie z ich strony“. Każdy ułomek wiedzy ludzkiej staje się coraz łatwiej dostępny i, w dodatku, koszt tej dostępności spada coraz bardziej. Ma to ciekawy wpływ na ekonomię - Chris Anderson, redaktor naczelny *Wired Magazine*, napisał niedawno książkę pt „Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos“, o jednym z takich nowych zjawisk, gdy nieskończony wybór tworzy nieskończony popyt.

Znana reguła „80/20“ opisuje często istniejącą sytuację, że 80% przychodów firmy pochodzi ze sprzedaży zaledwie 20% produktów w katalogu. Reguła ta przybierała czasami formę „80/10“, albo wręcz „95/10“, czyli 10% produktów oferowanych przez firmę dawało ogromną większość przychodów. Tym niemniej, pozostałe 5-20% naszych przychodów wynikało ze sprzedaży długiej listy produktów nie masowych lecz niszowych. Jeżeli ułożymy wszystkie nasze produkty, od najbardziej popularnego do tego, który sprzedał się tylko w jednym egzemplarzu, okaże się, że produktów o bardzo małej popularności jest mnóstwo. To jest właśnie ten „długi ogon“.

Tradycyjne sklepy nie mogły sobie pozwolić na utrzymywanie tak niepopularnych produktów. Internet dał tym produktom szansę. Obecnie, dzięki wydajnemu przepływowi informacji, sklepy nie muszą trzymać pełnego asortymentu produktów oferowanych w katalogu, lecz po prostu zawiadują ich dostępnością, sprowadzając z centralnego magazynu zamówione produkty na indywidualne zamówienia. Sklep internetowy iTunes ma jeszcze łatwiej, bo sprzedaje tylko bity informacji: ma w swoim katalogu 8 milionów piosenek i każda jest tak samo łatwo dostępna i gotowa do dystrybucji. Innymi słowy, nareszcie może sprawdzić się stare powiedzenie, że „każda potwora znajdzie swojego amatora“. W efekcie, coraz większy procent przychodów pochodzi z „długiego ogona“, zmieniając regułę „80/20“ np. na „70/20“, co oznacza, że sprzedaż produktów niszowych staje się odpowiedzialna już za 30% całkowitych przychodów.

A jakie z tego wynika przesłanie dla absolwentów zarządzania oraz zarządzania i marketingu? W tym długim ogonie, czyli w świecie produktów i usług wyspecjalizowanych i niszowych, tkwi ogromny potencjał biznesowy. Możecie z nimi dotrzeć do klienta tak samo łatwo jak z produktem masowym, a w dodatku macie produkt, który lepiej odzwierciedla Wasze unikalne zainteresowania i cechy indywidualne. A przecież każdy i każda z Was jesteście unikalni!