



Истории успеха —  
Джек Ма.  
Alibaba без джина.



Сейчас сложно сыскать человека, ни разу не слыжавшего об Aliexpress, TaoBao, Alibaba – проектах самой мощной площадки электронной коммерции не только в Китае, но и во всем мире. По оценкам экспертов, Alibaba более успешен, чем такие монстры, как Ebay и Amazon вместе взятые! А создатель проекта – 18-й в списке богатейших людей мира (по оценке агентства Bloomberg в 2014 году) и самый богатый человек в Китае! Это первый китайский бизнесмен, чье фото было напечатано на страницах журнала Forbes.





С детства Ма нравился английский язык, и он мечтал его изучать, но возможностей у семьи для этого не было. Мальчик часто ездил на велосипеде в ближайший отель, где разговаривал с иностранцами, а когда немного выучил язык, стал работать бесплатным гидом для иностранных туристов – просто чтобы поговорить по-английски.





В школе Ма учился плохо, особенно трудно ему давались точные науки.



После окончания средней школы Ма пытался поступить в колледж, но дважды провалил экзамены.



Однако после долгой и упорной учебы, третья попытка увенчалась успехом, и Ма поступил в Педагогический институт, планируя в дальнейшем стать учителем английского.



В 1995 году Ма посетил США. В то время он уже начинал свой небольшой переводческий бизнес. Во время поездки по Америке Ма впервые в жизни вышел в Интернет и был поражен его возможностями. Особенно он был впечатлен возможностью покупки товаров через интернет, что в США уже было достаточно распространено.



Первые две попытки создания интернет-компании провалились. Только через 4 года Ма удалось набрать команду из 17 своих друзей, и убедить их инвестировать в свой проект, который получил имя Alibaba.



Сейчас Alibaba – это поистине «лицо» Китая. В 2014 году Alibaba стала крупнейшим ритейлером в мире, обогнав даже Walmart – крупнейшего конкурента из США. На долю Alibaba приходится 80% всех онлайн-розничных продаж в Китае, 350 миллионов активных пользователей. Проект организован как «семья бизнесов»: Alibaba закрывает не только все ниши рынка интернет-торговли (B2B, B2C, C2C), но и почти все свои потребности в чем бы то ни было: в разработке программного обеспечения, логистике, проведении платежных операций и пр.



Умение увидеть перспективу и выбрать стратегию, пусть даже лишаящую сиюминутной прибыли, но впоследствии демонстрирующую высокие результаты, – этот бизнес-подход не раз помогал Джеку Ма.



# Предпринимательские Взгляды

- По мнению Ма, компания должна ориентироваться не на деньги, а на миссию. Ма считает, что есть два типа предпринимателей: одни хотят побыстрее заработать, а другие ставят перед собой глобальные задачи и цели. Последние часто становятся гораздо успешнее и получают возможность по-настоящему влиять на мир.
- Джек Ма, похоже, не любит понятие «корпоративная культура» и негативно высказывается и о западных, и о восточных ее вариациях. По мнению предпринимателя, она скорее вредит, чем приносит пользу, и заставляет сотрудников концентрироваться не на тех вещах. Для Ма предпочтительнее стартап, когда все в команде активно взаимодействуют друг с другом и не скованы какими-либо рамками.
  - Главная сила Джека Ма — в умении понимать своих клиентов. К каждому нововведению он подходит, как обычный пользователь, а потому знает, примут ли это пользователи или же нужно что-то изменить.



Говоря об Alibaba Group, нельзя не отметить неповторимую обстановку в компании. Например, среди сотрудников ежегодно проводится шоу талантов, а в процессе создания Taobao сотрудники выбрали себе прозвища в честь вымышленных китайских мастеров кунг-фу из книг Цзинь Юна — и, похоже, так от них и не отказались. Во время борьбы с eBay американскому конгломерату была официально объявлена война, и на один день все сотрудники переоделись в военную форму. Сам Джек Ма говорил, что для продвижения компании нужно делать сумасшедшие вещи и привлекать внимание. Он показал остальным пример: на праздновании десятой годовщины Alibaba оделся как панк-рокер, нацепил парик и спел сотрудникам компании песню.

