TEKST> JACEK SANTORSKI

LEKCJE Z PORAŻEK

Tak jak nie ma liderów bez decyzji, tak nie ma biznesu bez porażek. W Polsce jednak takie myślenie wciąż nie znajduje zrozumienia. Komu raz nie wyszło, często już ponownie nie próbuje. Traci tym samym okazję na sukces.

Polski język często stygmatyzuje. Słowo „porażka" jest obciążone negatywnie, kojarzy się z czymś złym, niepożądanym. Nie chcemy przeżywać porażek ani się zastanawiać nad ich konsekwencjami. A gdy już nas porażka spotka, zaszywamy się w sobie, aby jak najszybciej o tym zapomnieć. Tymczasem porażki są w życiu równie ważne jak sukcesy, co więcej – nie ma sukcesów bez porażek. Twórczą porażkę – taką, z której umiemy wyciągnąć konstruktywne wnioski – można wręcz nazwać sukcesem hybrydowym. Teraz smakuje gorzko, ale daje wiedzę, w przyszłości pozwoli więc poruszać się w biznesie sprawniej, ominąć rozpoznane bariery i wreszcie osiągnąć zamierzony cel.

PORAŻKA JAK SZCZEPIONKA

Statystyki wskazują, że w USA na 100 zakładanych firm 99 upada, więc bankrutuje. Ale ich twórcy się nie zrażają, wyciągają wnioski i uruchamiają następne biznesowe przedsięwzięcia. A największą szansę na udany start-up mają nie 20-latkowie, lecz ludzie w okolicach 40. roku życia, czyli po przejściach (raport *Startup Poland 2018*). W Polsce jest inaczej – my nie lubimy porażek. Kto raz zbankrutuje, często już nie próbuje więcej. W oczach społeczeństwa, ale i własnych, jest bankrutem, czyli nieudacznikiem. Wtedy blisko do całkowitego zniechęcenia, załamania.

Tymczasem porażka może prowadzić do sukcesu, jeśli skupimy się na analizie – czemu nie wyszło, co

poszło nie tak, jak to poprawić. Warto wtedy wzorem Amerykanów jak najszybciej zacząć kolejne przedsięwzięcie, aby wykorzystać nowo zdobytą mądrość. **Porażka bowiem uodparnia, działa jak szczepionka.** Jeśli raz ją przeżyjemy i ruszymy dalej, kolejne porażki będą mniej bolesne, a przy tym nauczymy się zmiany podejścia – z nastawienia na sukces do nastawienia na znalezienie rozwiązania.

Trzeba jednak pamiętać, że to długa i kręta droga. Bo nic nikomu nie przychodzi łatwo – Steve Jobs czy Bill Gates też musieli przejść swoje, by osiągnąć sukces, choć mieli wizję, talent, spryt i wyczucie rynku. Historia ich firm to pasmo sukcesów i porażek, nieustanne ćwiczenie i zmienianie. Nikt z nas nie wątpi, że było warto.

ZAPRAWA PRZED WYPRAWĄ

Każdy alpinista czy himalaista wie, że nie wolno iść w góry bez przygotowania. Im wyższy szczyt chce się zdobyć, tym staranniejszej „zaprawy" to wymaga. Ćwiczenia z plecakiem, wspinanie się na skałki, obozy kondycyjne, biegi. Bez tego nie uda się nigdzie dojść. Zresztą, zamiast myśleć o wysokogórskich wyprawach czy zdobywaniu bieguna, wystarczy przypomnieć sobie własne doświadczenie narciarskie – nie ma dobrych zjazdów bez wcześniejszego trenowania. Tak właśnie działają hybrydowe sukcesy – jak zaprawa przed trudną wyprawą. **Ćwiczymy nasz mózg i kondycję biznesową, próbujemy się zabezpieczyć, przewidzieć różne trudności.**

Pomimo najlepszych przygotowań, najlepszej „zaprawy", nie każda wyprawa kończy się sukcesem. W historii polskiego himalaizmu wiele było nieudanych wejść na szczyty, wielu znanych wspinaczy cofało się, aby przeżyć. W biznesie jest podobnie – warto mądrze poddać firmę, aby kolejna poszła lepiej. Brzmi rozczarowująco, ale oszczędza wielu kłopotów, a nawet tragedii. I pozwala spróbować jeszcze raz. Często z doskonałym skutkiem. Perspektywą jest przecież wejście na szczyt.

KOMENTARZ

Porażki są ważne. Poważna rozmowa o nich staje się czynnikiem przewagi strategicznej firmy. Wkrótce rozmowa o kulturze merytokracji, transparentności i „atmosferze prawdy", w oparciu o dwa bestselery: Jima Collinsa *Good to great* sprzed 25 lat oraz *Principles* Raya Dalio, której wydaniu w Polsce już we wrześniu 2019 r. towarzyszymy. Bądźcie z nami – w tym co się liczy – i na bieżąco.

Jacek Santorski APP

Tekst powstał z inspiracji dyskusją prowadzoną przez Jacka Santorskiego podczas sesji Akademii Psychologii Przywództwa 14 kwietnia 2019 r. Wzięli w niej udział: Marcin Balicki, Małgorzata Bonikowska, Sebastian Burgemejster, Kamila Kurkowska, Jarosław Łojewski, Anna Skórzyńska, Edward Stanoch.

Akademia Psychologii Przywództwa działa od dziewięciu lat. To autorski projekt edukacyjny Jacka Santorskiego dla liderów biznesu – menedżerów, członków zarządów i właścicieli firm. Zajęcia są prowadzone w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. APP ukończyło do tej pory ponad 600 osób, część z nich to członkowie THINKTANK. Obecnie trwa rekrutacja na 10. edycję APP.

Więcej informacji: **www.biznes.edu.pl/akademia-psychologii-przywodztwa-program-studium.**