

# JA, STEVE

## Steve Jobs własnymi słowami

REDAKCJA **GEORGE BEAHM**

ISBN: 978-83-7746-173-0  
format 141/218, oprawa twarda  
liczba stron: 127  
cena: 29,90 zł

Patronat: **BRIEF, Radio PIN, BIGRAM SA**



Cytując ponad dwieście wypowiedzi zmarłego 5 października 2011 roku Steve’a Jobsa, ta książka oddaje hołd wielkiemu wizjonerowi, inicjatorowi rewolucji technologicznej i twórcy jednej z najbardziej oryginalnych firm świata. Gromadzi najbardziej wnikliwe i pobudzające do refleksji uwagi i spostrzeżenia człowieka, który pozostawił po sobie wyraźny ślad w wielu branżach, przyczyniając się do przeobrażenia świata komputerów, urządzeń przenośnych i telekomunikacyjnych, animacji filmowych, książek i muzyki.

*Największy wizjoner naszych czasów, który wielokrotnie powtarzał, że jego motywacją do tworzenia nie są pieniądze. Z prostych pomysłów potrafił wykreować wielkie idee, którymi zarażał swoich współpracowników i podwładnych, a następnie ludzi na całym świecie. Zarówno Steve Jobs, jak i jego słowa przytoczone w tej książce na zawsze przejdą do historii, a my pozostaniemy pod wrażeniem jego osobowości, kreatywności i konsekwencji.*

– Piotr Wielgomas, prezes BIGRAM SA

*Steve Jobs, genialny marketer. Realizując filozofię marketingu: „zaspokajaj czyjeś potrzeby z zyskiem dla siebie”, On zaspokajał marzenia! Moje także. Nie znając Go osobiście – ale tak jak miliony ludzi na całym świecie, znając jego produkty – podziwiam Go za konsekwencję, kreatywność i miłość do każdego z nas – konsumentów.*

– Grzegorz Kiszluk, redaktor naczelny magazynu „Brief”

### O AUTORZE

**George Beahm** opublikował ponad trzydzieści książek poświęconych różnym zagadnieniom, między innymi biznesowi oraz kulturze popularnej. Mieszka w południowo-wschodniej Wirginii. Beahm jest byłym oficerem U.S. Army Field Artillery. Pełnił aktywną służbę w National Guard oraz w Army Reserves.

# Spis treści

<b>Wprowadzenie</b> .....	11
<b>Cytaty</b> .....	13
Akcje Apple .....	13
Analiza problemu .....	13
Aplikacje pornograficzne na Androida .....	14
Błędna definicja wartości .....	14
Błędy .....	15
Brak innowacji Microsoftu .....	15
Branding .....	16
Być albo nie być .....	16
Być najlepszym .....	17
Całościowe kształtowanie doświadczenia użytkownika .....	17
Cele .....	17
Ciężka praca .....	17
Ciężka praca i upływające lata .....	18
Coś więcej niż rekrutacja .....	18
Credo .....	19
Curriculum Vitae (CV) Jobsa .....	19
Czytniki e-booków .....	20
David kontra Goliat .....	20
DNA firmy Apple .....	20
Doskonałość .....	21
Doświadczenie użytkownika .....	21
Duma z produktu .....	22
Dusza nowej maszyny .....	22
Dziedzictwo Jobsa w Apple .....	22
Dziedzictwo Maca .....	22
Fascynacja .....	23
Filozofia firmy .....	23
Gotowy zestaw .....	23
IBM .....	24
iCEO .....	24
Innowacje .....	24
Innowacje PARC .....	26
Innowacje produktowe .....	26
Inspiracja .....	26
Integracja .....	27

Integracja produktu .....	27
Interfejs graficzny PARC .....	29
iPad i nieunikniona zmiana .....	29
iPad jako inspiracja dla iPhone'a .....	30
iPhone .....	30
iPod Nano .....	30
iPod Touch .....	31
Istnienie firmy Apple .....	31
Istota firmy Apple: pracownicy .....	31
iTunes .....	32
Jakość .....	32
Kampania reklamowa „Think Different” .....	33
Klasa nawet pod presją .....	34
Komplikacje życiowe .....	34
Komputer dla zwykłego człowieka .....	34
Komputery .....	35
Komputery jako narzędzia .....	35
Koncentracja .....	35
Koncentracja na produkcie .....	35
Konkurencja .....	36
Konsumpcjonizm .....	37
Kradzież internetowa a motywacja .....	37
Kreatywność a technologia .....	38
Lojalność klientów .....	39
Lokalizacja nieruchomości .....	39
Ludzie wytwórni Pixar .....	39
Mac Cube .....	40
Marketing .....	40
Mądrość .....	41
Mikrospojrzenie na świat właściwe dla Microsoftu .....	41
Motywacja .....	41
Motywacja pracownika .....	42
Motywowanie pracowników .....	42
Myślenie pasywne a myślenie aktywne .....	43
Myślenie przyszłościowe .....	43
Myślenie zaściankowe .....	43
Netbooki .....	44
Nie można spocząć na laurach .....	44
Niebezpieczeństwo stagnacji .....	44
Niepokój związany z premierą iPada .....	44
Niespodziewany cios .....	45

Niezasadniona krytyka .....	45
Niewykorzystane możliwości .....	46
Nowe produkty .....	46
O oddziaływaniu w odezwie do pracowników Apple .....	47
Opcje na akcje .....	48
Oprogramowanie .....	48
Partnerstwo .....	50
Pasja .....	50
Pecet jako cyfrowy pępek świata .....	51
Percepcja .....	52
Pieniądze .....	52
Pixar .....	52
Podejmowanie decyzji .....	53
Potencjał pracownika .....	53
Powtórny sukces .....	54
Pozostawianie przeszłości za sobą .....	54
Praca zespołowa .....	54
Problemy z Flashem .....	55
Proces .....	55
Produkty .....	56
Projekt .....	56
Projekt produktu .....	57
Projekt produktu konsumenckiego .....	57
Prostota .....	58
Przetrawianie .....	59
Przykuwanie uwagi .....	60
Roczne wynagrodzenie Jobsa w wysokości 1 dolara .....	60
Różnica – istota sprawy .....	60
Ryzyko porażki .....	60
Sequele animowanych filmów Disneya .....	61
Skargi klientów .....	61
Slogan promujący pierwszą generację iPodów .....	62
Słuszna decyzja .....	62
Spadek udziału w rynku .....	63
Spekulacje dotyczące stanu zdrowia .....	63
Stosunek do technologii .....	64
Strategia .....	64
Straty finansowe .....	64
Sukces .....	65
Śmiałe deklaracje .....	65
Śmierć .....	65

Świetne pomysły .....	66
Świetny produkt .....	66
Świetny projekt produktu .....	67
Tajemnica .....	67
Terminy .....	68
Toy Story 2 .....	68
Tworzenie nowych narzędzi .....	68
Tworzenie produktów .....	69
Udział w zyskach, żadnych zaliczek .....	69
Upadek .....	70
Uzdolnienia w różnych dyscyplinach .....	70
Walka o sprawę .....	70
Wartości .....	71
Wgniecenie we wszechświecie .....	71
Wiarygodność .....	72
Wizerunek produktu .....	72
Wizja .....	72
Wizje produktów .....	72
Wkład .....	73
Wnikliwość .....	73
Wprowadzenie na rynek Maca .....	74
Wrogie przejęcia .....	74
Wspólna wizja .....	75
Wszechobecność Maców .....	75
Wszechstronne wykształcenie .....	75
Wytrwałość .....	76
Wyznaczanie priorytetów .....	76
Zagmatwane linie produktów .....	77
Zapamiętywanie .....	77
Zbieżność .....	77
Zdrowie a nieobecność w pracy .....	77
Zen .....	78
Znaczenie fabuły .....	78
Znaczenie pracy zespołowej .....	79
Znaczenie różnorodności doświadczeń życiowych .....	79
Zwalnianie pracowników .....	79
<b>Ważne wydarzenia .....</b>	<b>81</b>
<b>Rezygnacja Steve'a Jobsa ze stanowiska dyrektora</b>	
<b>generalnego Apple .....</b>	<b>101</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>103</b>
<b>O redaktorze .....</b>	<b>127</b>

# Cytaty



## Akcje Apple

*Odnosząc się do faktu posiadania jednej akcji firmy Apple: Tak, sprzedałem akcje. Właściwie to straciłem nadzieję, że zarząd firmy Apple cokolwiek zrobi. Nie sądziłem, że pójdą do góry. [Po odejściu Jobsa akcje firmy Apple osiągnęły najniższy poziom w historii].*

– „Time”, 18 sierpnia 1997

## Analiza problemu

Po zagłębieniu się w problem (...) stwierdzamy, że jest skomplikowany, i zaczynamy tworzyć różne zawiłe rozwiązania. Większość ludzi na tym właśnie poprzestaje, a ich rozwiązania przez jakiś czas się sprawdzają. Tymczasem naprawdę wybitny człowiek kontynuuje dociekania, aż ustali zasadniczą przyczynę problemu, a następnie tworzy proste rozwiązanie, które sprawdza się na wszystkich poziomach. Właśnie to chcieliśmy osiągnąć w przypadku Maca.

– *AppleDesign*, 1997

Mamy dużo klientów i dysponujemy licznymi wynikami badań na temat naszego rynku. Dość uważnie obserwujemy też trendy rynkowe. Jednak w ostatecznym rozrachunku, w przypadku tak skomplikowanych rzeczy naprawdę trudno projektuje się produkt przy zastosowaniu grupy fokusowej. Często się zdarza, że ludzie nie wiedzą, czego chcą, dopóki im się tego nie pokaże.

– „Bloomberg Businessweek”, 25 maja 1998

## Aplikacje pornograficzne na Androida

Istnieje sklep z pornografią na Androida. Wchodząc tam, znajdziemy tylko i wyłącznie aplikacje pornograficzne na telefony z Androidem. Możecie je pobrać na telefon wy, mogą je pobrać wasze dzieci, a także znajomi waszych dzieci. My czegoś takiego po prostu nie chcemy robić.

– Wydarzenie promujące oprogramowanie do iPhone'a 4.0,  
8 kwietnia 2010

## Błędna definicja wartości

Muszę powiedzieć, że temat pieniędzy mnie bawi. Bawi, że poświęca mu się tyle uwagi. Wszystko dlatego, że gdy mowa o wydarzeniach z ostatnich dziesięciu lat, to absolutnie nie pieniądze wydają mi się najbardziej inspirujące i wartościowe. Ale czasami czuję się staro, gdy przemawiam w kampusie akademickim i stwierdzam, że na studentach największe wrażenie robi to, że jestem milionerem.

– „Playboy”, luty 1985

## Błędy

*O rezygnacji z technologii Flash w produktach Apple. Niektóre cechy produktu są dobre, a inne są złe. Jeśli rynek mówi, że dokonaliśmy złych wyborów, to wprowadzimy zmiany.*

– D8 Conference, 1 czerwca 2010

## Brak innowacji Microsoftu

Jedyny problem z Microsoftem polega na tym, że im po prostu brakuje dobrego smaku. Nie mówię o szczegółach, tylko o ogólnym podejściu. Chodzi mi o to, że oni nie tworzą oryginalnych pomysłów i właściwie nie wnoszą pierwiastka kulturowego do swoich produktów. Nie mam problemu z ich sukcesem, ponieważ ogólnie rzecz biorąc, zasłużyli sobie na niego. Mam problem z tym, że oni wypuszczają na rynek produkty naprawdę trzeciorzędne.

– *Triumph of the Nerds*, PBS, czerwiec 1996

Co mam przeciwko Microsoftowi? Moim zdaniem firma ta nie wcieliła się w rolę agenta doskonalenia świata, agenta przyszłej rewolucji. Japończyków na przykład zwykło się oskarżać o pospolite kopiowanie innych – i rzeczywiście na początku oni tak właśnie postępowali. Potem jednak osiągnęli wyższy poziom zaawansowania i zaczęli tworzyć innowacje. Wystarczy spojrzeć na samochody, wprowadzili do nich całkiem sporo innowacji. Tego samego nie można powiedzieć o Microsoftzie.

– „Rolling Stone”, 17 stycznia 2011

## Branding

Nie mamy szans w walce reklamowej, w której orężem są cechy, korzyści, RAM, wykresy albo testy porównawcze. Skuteczność w komunikacji może nam zapewnić tylko odwoływanie się do uczuć.

– *The Apple Way*, 2006

Które marki są wielkie? Levi's, Coke, Disney, Nike. Większość ludzi zaliczyłaby do tej kategorii Apple. Można by wydać miliardy dolarów na budowanie marki, osiągając efekt gorszy, niż w przypadku Apple. Tymczasem Apple nie robi z tym niesamowitym zasobem zupełnie nic. Bo czym tak naprawdę jest Apple? W Apple chodzi o ludzi nieszablonowych, którzy dzięki komputerom chcą zmieniać świat, którzy chcą dokonać czegoś wartościowego, a nie po prostu zrobić to, co do nich należy.

– „Time”, 18 sierpień 1997

## Być albo nie być

Każdy z was ma skończoną ilość czasu, dlatego nie marnujcie go na życie cudzym życiem. Nie dajcie się zniewolnić dogmatom – ponieważ wtedy żylibyście przemysłami innych ludzi. Nie pozwólcie na to, aby ogrom cudzych opinii tłumiał wasz własny wewnętrzny głos. Przede wszystkim jednak miejcie odwagę podążać za głosem serca i intuicji. One już wiedzą, kim naprawdę chcecie zostać. Wszystko inne ma drugorzędne znaczenie.

– Przemówienie z okazji absolutorium, Stanford University,  
12 czerwca 2005

## Być najlepszym

Nie będziemy w tym pierwsi, będziemy najlepsi.

– Wydarzenie promujące oprogramowanie iPhone OS 4.0,  
8 kwietnia 2010

## Całościowe kształtowanie doświadczenia użytkownika

Jako jedyna firma tworzymy cały produkt – sprzęt, oprogramowanie, system operacyjny. Możemy wziąć pełną odpowiedzialność za doświadczenie użytkownika. Mamy możliwości, których inni nie mają.

– „Time”, 14 stycznia 2002

## Cele

W początkowym okresie istnienia Apple zbudowaliśmy pierwszy komputer, ponieważ właśnie to chcieliśmy zrobić. Zaprojektowaliśmy ten szalony nowy komputer z kolorową grafiką i mnóstwem innych funkcji. Był to Apple II, prawdopodobnie o nim słyszałeś. Z pasją realizowaliśmy ten jeden prosty zamysł, który zakładał wyposażenie naszych przyjaciół w komputery, żeby mogli się dzięki nim bawić tak dobrze, jak my się bawiliśmy.

– *Return to the Little Kingdom*, 2009

## Ciężka praca

Nigdy w życiu nie byłem tak zmęczony. Wracałem do domu o dziesiątej wieczorem i szedłem prosto do łóżka.

Zwlekałem się o szóstej rano, brałem prysznic i szedłem do pracy. Gdyby nie moja żona, nie wytrzymałbym tego. Wspierała mnie i dbała o rodzinę pod nieobecność męża.

– CNNMoney/„Fortune”, 9 listopada 1998

## Ciężka praca i upływające lata

Miałem okazję przeczytać wypowiedź Billa Gatesa sprzed mniej więcej pół roku. Powiedział: „Jako dwudziestoparolatek pracowałem bardzo, bardzo ciężko”. Doskonale go rozumiem, bo ja też pracowałem bardzo, bardzo ciężko, jak miałem dwadzieścia parę lat – pracowałem siedem dni w tygodniu, po wiele godzin dziennie. Człowiek nie może jednak ciągnąć tego w nieskończoność. Nie chce ciągnąć tego w nieskończoność.

– „Time”, 10 października 1999

## Coś więcej niż rekrutacja

Tu nie chodzi tylko o rekrutację. Nie wystarczy tylko rekrutować. Trzeba jeszcze stworzyć takie środowisko pracy, żeby ludzie czuli, że pracują wśród talentów swojego pokroju i że dokonują czegoś naprawdę wartościowego. Żeby mieli świadomość, że ich praca ma ogromne znaczenie i że wpisuje się w potężną i jednoznaczną wizję. To wszystko się liczy. Rekrutacja to zadanie, które na ogół przerasta jednego człowieka. Doszliśmy do wniosku, że najlepsze rozwiązanie to wspólny wysiłek rekrutacyjny i tworzenie kultury sprzyjającej zatrudnianiu

niu graczy najwyższej klasy. Każdy kandydat rozmawia co najmniej z kilkunastoma osobami z różnych obszarów firmy, nie tylko z tego, w którym miałby pracować. Dzięki temu wielu najlepszych pracowników ma okazję zdobyć ogólne rozeznanie na temat funkcjonowania firmy, a obecni pracownicy – dzięki istnieniu odpowiedniej kultury, przekonani o możliwości swobodnego wyrażania swoich zdecydowanych poglądów – mogą zgłaszać weto względem kandydata.

– *In the Company of Giants*, 1997

## Credo

Nic nie jest zrobione, dopóki nie zostanie dostarczone.

– Folklore.org, styczeń 1983

To podróż jest nagrodą.

– Folklore.org, styczeń 1983

Przejrzysta i łatwa do zrozumienia organizacja, wysoki poziom odpowiedzialności. Wszystko właśnie stało się prostsze. To jedna z moich mantr – koncentracja i prostota.

– „Bloomberg Businessweek”, 12 maja 1998

Zachęcamy do lektury!