

LISTA LUI ȘTEFAN

ÎN MAI PUȚIN DE ZECE ANI, DAN ȘTEFAN A TRANSFORMAT UN BUSINESS ÎNCEPUT DE LA ZERO ÎN LIDERUL PIEȚEI DE ÎNCHIRIERI DE MAȘINI DIN ROMÂNIA. PORNIND DE LA PROPRIA POVESTE DE SUCCES, OMUL DE AFACERI A PUS LA PUNCT O LISTĂ DE OPT LECTURI OBLIGATORII PENTRU ORICE ASPIRANT LA REUȘITA ÎN CARIERĂ.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Ce argument ar putea fi suficient de puternic pentru a convinge un tânăr român de nici 30 de ani să renunțe la un permis de ședere pe 10 ani în Franța și la un job care îl aducea în contact cu companii de miliarde de euro? Și totul pentru a se întoarce acasă, la Piatra-Neamț. Indiciu: nu implică nicio ofertă financiară spectaculoasă, ba chiar din contră. La prima vedere, situația în care se afla antreprenorul Dan Ștefan în 2006 ar reprezenta ilustrarea perfectă a proverbului neaș cu „datul vrăbiei din mână pe cioara de pe gard“. Dacă mai rămânea doar câteva zile în Franța, ar fi primit oficial mult-doritul permis de ședere care să dea uitării formalitățile interminabile și toate frecșururile administrative care-i făcuseră probleme în anii petrecuți ca masterand la Sorbona. Lucra la o companie de consultanță de management, cu birouri în Franța și Statele Unite, și tocmai încheiase un proiect pentru o uzină de aluminiu în valoare de două miliarde de euro.

Și totuși, la finalul lui 2006, Dan Ștefan se întorcea acasă, fără urmă de regret. „N-am avut nicio ezitare“, își amintește el. „Voiam să mă prindă acasă intrarea României în Uniunea Europeană și mai știam că uneori trebuie să-ți arzi vapoarele, să nu mai rămână nicio cale de întoarcere în afară de reușită“. Un act simbolic care pecetluia o decizie îndrăznească: startul unei afaceri proprii în România, pornind de la o constatare

inspirată, respectiv faptul că românii care lucrau în străinătate și veneau în țară să-și viziteze rudele aveau nevoie de mai multă mobilitate. Pentru ei se dezvoltaseră vertiginos zborurile low-cost, însă soluțiile terestre rămăseseră în urmă: românii puteau zbura ieftin în țară, însă cei mai mulți nu aveau ca destinație finală orașul în care ateriza avionul, ci diverse orașele sau sate îndepărtate. „Era o piață complet ignorată pe-atunci“, explică Dan. „Acești oameni aveau multe de rezolvat în diverse locuri și le trebuia o mașină ieftină și bună“.



LOW-COST NU ÎNSEAMNĂ DOAR SĂ SCAZI CHELTUIELILE, CI ȘI SĂ CAUȚI SĂ ANGAJEZI ANUMITE TIPOLOGII DE OAMENI ȘI SĂ-I CREȘTI.

Primul impuls în direcția unui business propriu venise deja cu un an înainte, când Dan se afla la Paris, iar fratele său, Marius, în București, proaspăt-întors de la un masterat în Statele Unite ale Americii. Studiaseră temeinic peste o sută de business-planuri în mai multe direcții, până când varianta unei companii

de închirieri de mașini se validase decisiv în calculele lor. „În 2005 am luat decizia, iar în 2006 aveam deja rețeaua regională pe toată partea de est a țării“, își amintește Dan. Lucrau de la distanță, fiecare din colțul său de lume, până când Dan a luat decizia finală. România versus Franța: unu la zero.

Astfel s-a dezvoltat Autonom Rent-a-Car, businessul lui Dan și Marius: ca un model low-cost, extrem de eficient și după venirea ulterioară a crizei în România, dar care presupune mult mai mult decât menținerea costurilor la un nivel cât mai scăzut. „Low-cost e o filozofie aparte, care nu înseamnă doar să tai cheltuielile, ci și să angajezi și să cauți anumite tipologii de oameni“, explică Dan. „Noi nu angajăm șefi, ci îi creștem de la entry-level“.

La opt ani de la decizia îndrăznească de întoarcere în țară, Autonom este lider pe piața închirierilor de mașini din România, o postură atipică pentru o companie locală, pentru că pe domeniul rent-a-car legea o fac, peste tot în lume, francizele brandurilor internaționale de profil. Din toate mașinile care se vând anual în România, 1% sunt cumpărate de către Autonom, iar compania a ajuns la 150 de angajați, cu fluctuație de personal de... zero la sută. „Din 2006 și până acum nu a plecat nimeni, pentru că angajaților noștri le place cultura companiei și independența“, crede Dan. Inclusiv branch-managerii din țară sunt priviți ca niște parteneri: sunt implicați la nivel decizional (90% dintre



DAN ȘTEFAN, CEO Autonom Rent-a-Car

strategii se concep la nivel regional) și au o marjă din profit.

Chiar dacă businessul a devenit atractiv pentru fonduri de investiții și pentru companii mai mari, Dan și fratele său vor să-l păstreze în familie, la fel cum și-au păstrat, de la bun început, și principiile sănătoase de business. „E o vorbă amuzantă: «Acestea sunt principiile mele, iar dacă nu vă plac, mai am și altele», glumește el. „Serios vorbind însă, în business îți adaptezi strategia, dar absolut niciodată nu umbli la valorile de bază“.

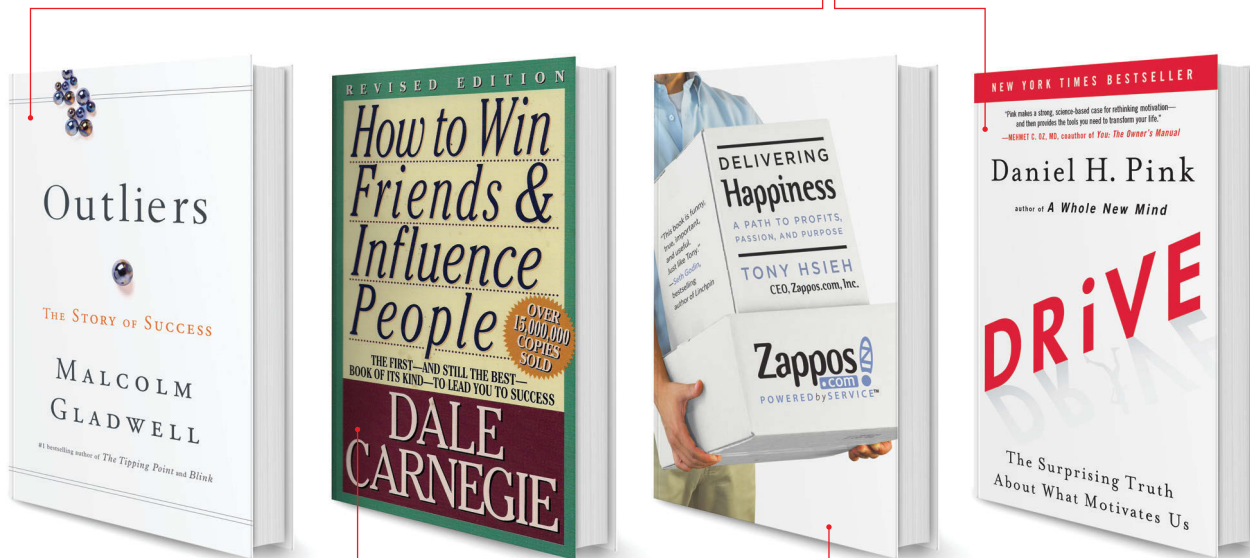
Printre principiile de căpătâi ale lui Dan, însușite atât în familie cât și prin prisma expunerii la un model occidental de educație, la loc de cinste

pasiunea devine intrinsecă“. De la un minimum de 30 de minute de citit pe zi, cei mai mulți ajung să descopere lectura și să-i prindă gustul rapid, transformând-o într-o plăcere personală. „Unii au devenit cititori avizi după câțiva ani, deși porniseră de la zero citit înainte“, zâmbește Dan, mulțumit de reușita lui.

Prima carte pe listă este „**Outliers**“ (tradusă la noi, „**Excepționalii**“) a lui Malcom Gladwell, în care autorul explică pe larg, și cu argumente ieșite din comun, de ce nume precum Bill Gates sau Beatles sunt sinonime cu succesul în domeniile lor de activitate. Gladwell face referire și la așa-numita „Regulă a celor 10.000 de ore“, susți-

atipic de customer-service: îi încurajează pe agenții de call-center să vorbească oricât de mult (recordul a fost de opt ore), iar celor care nu sunt convingși, la finalul trainingului de șase săptămâni, că își doresc o carieră în domeniu, li se oferă 2.000 de dolari ca să plece. Asta duce la o competiție acerbă și crește prestigiul jobului în sine. „Pentru acei angajați înseamnă foarte mult să poată spune «Hei, am renunțat la 2.000 de dolari pentru acest job»“, crede Dan.

Între lecturile obligatorii se mai află „**Drive**“, de Daniel Pink (care răstoarnă percepțiile sociale despre motivarea angajaților în sistem de „recompensă și pedeapsă“) și



se află cititul, alături de toate celelalte metode contemporane prin care un antreprenor poate învăța din poveștile celor mai mari și mai înțelepți decât el. Dan face parte din CEO Clubs România, unde au loc periodic evenimente și schimburi de experiență între președinți de companii, și a întocmit o listă obligatorie de lectură pentru toți salariații Autonom, de la angajații care predau cheile mașinii și până la branch-manageri.

„Încercăm să-i motivăm pe angajații noștri să citească“, explică Dan. „Chiar dacă uneori există rezistență, îi impulsionăm din afară până când

nând că, indiferent de domeniu, cheia performanței o reprezintă exersarea unei anumite abilități timp de circa 10.000 de ore. Pe aceeași listă se află și deja-clasica „**How to Win Friends and Influence People**“ scrisă de Dale Carnegie în 1936 și având ca temă relațiile cu cei din jur și modul optim de abordare a diferitelor tipologii umane în viață și în business, dar și „**Delivering Happiness**“ („Cum să livrezi fericire“) de Tony Hsieh. Aceasta din urmă este povestea unui antreprenor american al cărui magazin online a fost cumpărat de Amazon.com, având un model total

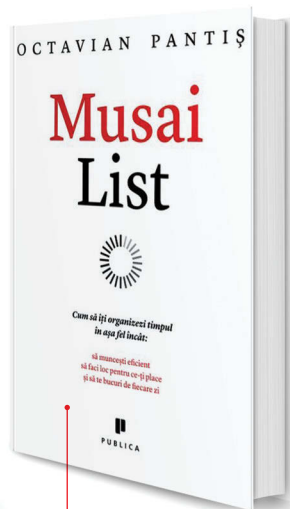
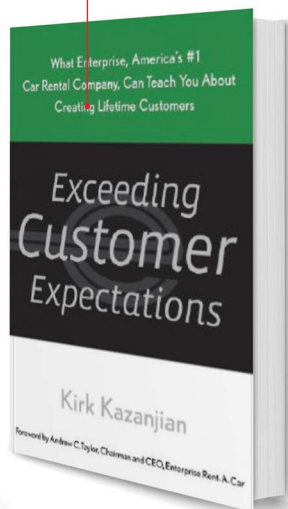
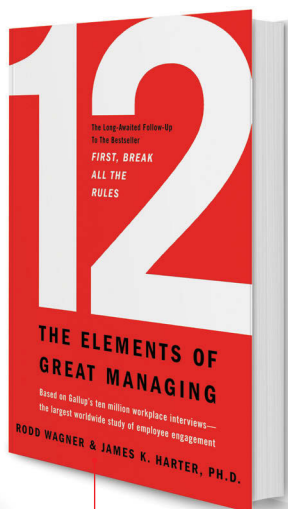
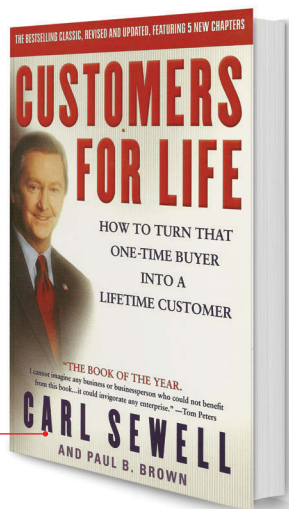
„**Customers for Life**“ de Carl Sewell, acesta din urmă fiind unul dintre cei mai faimoși dealeri de mașini din America. În 1967, când Sewell a preluat afacerea familiei, compania se afla pe locul al treilea în topul dealerilor de mașini Cadillac din Dallas. În prezent, este cel mai mare dealership din America, în valoare de 450 de milioane de dolari, totul fundamentat pe ceea ce americanul numește „Cele zece porunci de customer-service“. O altă lectură recomandată este „**The 12 Elements of Great Managing**“, de Rodd Wagner și James K. Harter: fundamentată pe un studiu Gallup

realizat pe 10 milioane de angajați și angajatori din 114 țări, cartea urmărește eforturile a 12 manageri care încearcă să schimbe soarta unor afaceri aflate în cumpănă, de la un call-center ineficient la un hotel în pragul falimentului. Penultima pe listă este „**Exceeding Customer Expectations**” (singura încă netradusă în limba română) de Kirk Kazanjian. Acesta din urmă este omul care a dus o companie similară cu Autonom, Enterprise Rent-a-Car, de la o investiție de 100.000 de dolari la cel mai succes business cu închirieri de mașini din America, având o cifră de afaceri de nouă miliarde de dolari. Recent, pe lista de cărți obligatorii a răsărit și o a opta carte,

când lumea avea poftă și dragoste de lectură”, povestește Dan. „Până când s-a dezvoltat TV-ul și s-a dus totul pe apa sâmbetei”. Spiritul de negustor n-a murit însă: când comerțul cu carte a început să scadă, părinții celor doi au virat către un magazin de piese-auto, pasiunea de-o viață a tatălui. În prezent, dețin cel mai mare retailer de piese auto din județul Neamț, cu profit reinvestit an de an. „E o afacere care a crescut sănătos și a trecut toate crizele posibile, de la dobânzile de 200% din anii '90 și până la actuala criză financiară”, zâmbește Dan.

Ca tată de doi copii, se raportează la valorile și reperele societății de azi cu o preocupare constantă pentru viitor.

nu o închide prin învățături cu aer de sentință. Și aici îmi citează tot dintr-un studiu american descoperit recent, care l-a uimit și l-a speriat în același timp: un grup de copii de șase ani au fost testați din punct de vedere al creativității, reieșind o valoare impresionantă de 96%. „Erau copii normali, nu supradotați, dar procente au fost uluitoare pentru vârsta de șase ani”, explică Dan. După zece ani de școală, la 16 ani, aceiași copii au fost supuși unui test identic, pentru cuantificarea evoluției în cadrul sistemului de învățământ. Noile valori ale creativității: puțin peste 6%. O scădere a creativității cu 90 de procente în 10 ani, tocmai perioada în care, se presupune, mințile



volumul lui Octavian Pantiș, profesor de Time-Management cu o experiență de 16 ani în consultanță. Ideea de bază a cărții, intitulată „**Musai List**”, este „cum să-ți organizezi timpul în așa fel încât să muncești eficient, să faci loc pentru ce-ți place și să te bucuri de fiecare zi”. Pasiunea pentru lectură a fraților Ștefan este și o moștenire de familie, la fel ca antreprenoriatul. Cu o mamă de profesie anticar, cei doi au crescut într-o casă cu 3.000 de volume, fiind expuși și unui model incipient de business, imediat după Revoluția din 1989. „Părinții noștri au făcut comerț cu carte la începutul anilor '90,

Din ceea ce a citit și a observat, intuiește că spiritul autodidact și nevoia de înprospătare continuă a surselor de informare reprezintă două tendințe care se vor accentua ca importanță în următorii ani. „Doar dacă ne gândim la viteza cu care evoluează conectivitatea la nivel mondial”, exemplifică el, „conform ultimelor studii, în 2016 vom avea 10 miliarde de smartphone-uri pe Glob și tot atâția oameni gata să aibă în permanență acces la absolut tot”.

Deși a făcut două masterate, dintre care unul la Sorbona, Dan rămâne adeptul unei educații de stil nou, care deschide mintea în fața schimbărilor,

lor sunt modelate de către instituțiile de învățământ. „Școala e un loc foarte autoritar, unde te duci și îți se spun niște lucruri unidimensionale față de ceea ce e lumea de fapt”, crede Dan.

Pentru el și cei 150 de angajați Autonom, „lumea” înseamnă zeci de mii de kilometri de parcurs și de înlesnit, dar și multă rutină constructivă. Ca și cele 10.000 de ore pe care le propovăduia Gladwell în „Outliers”, o schimbare poate începe de la 30 de minute de citit pe zi. „E foarte plăcut să vezi cum cresc oamenii în paralel cu afacerea din care fac parte”, zâmbește Dan. „Una fără cealaltă nu se poate”. ■