

၁။ တစ်ခုခုကိုဖမ်းဖို့ရာအတွက် သူ့ကိုအရင်ရွေ့လျားခွင့်ပြုလိုက်ပါ

မတိုက်ခိုက်ပါနဲ့။ အဲ့ဒီအစား သူ့ကိုရွေ့လျားခွင့်ပေးလိုက်ပြီး သူ့နောက်ကနေအသာလေးကပ်လိုက်သွားပါ။

မေးခွန်း - မင်းရဲ့ရန်သူကိုရွေ့လျားခွင့်ပြုလိုက်ရင် ဘာတွေဖြစ်လာနိုင်မလဲ

ဥပမာ - Cable companies Vs TiVo

၂။ အုတ်ခဲတစ်ခဲကို ကျောက်စိမ်းတစ်တုံးနဲ့ လဲလှယ်ပါ

ခင်ဗျားအတွက် အဖိုးမတန်တဲ့အရာတစ်ခုကိုပေးပြီး ခင်ဗျားအတွက်အဖိုးတန်တဲ့အရာတစ်ခုကို လဲလှယ်ရယူပါ။

မေးခွန်း - ဘာ "အုတ်ခဲ" ကို ခင်ဗျားပေးနိုင်သလဲ

ဥပမာ - HP ဟာ ပရင်တာတွေထက် ပရင်တာမှင်လုံးကနေ အမြတ်ရယူခဲ့တယ်

၃။ သူ့ကို ခင်ဗျားရဲ့ခေါင်မိုးပေါ်ကိုဖိတ်ခေါ်ပြီး လှေကားကိုဖယ်ရှားလိုက်ပါ

သူ့ကိုခင်ဗျားပိုင်နက်ထဲဝင်လာအောင် ဖျားယောင်းပြီး သူဝင်လာခဲ့ရင် ထွက်ပေါက်တွေအကုန်ပိတ်လိုက်ပါ။

အဲ့သလိုနဲ့ ရန်သူဟာ ခင်ဗျားပိုင်နက်ထဲမှာ ခင်ဗျားပြုသမျှနုရပါလိမ့်မယ်။

မေးခွန်း - ရန်သူခင်ဗျားပိုင်နက်ထဲဝင်လာအောင် ဘယ်လိုဖျားယောင်းမလဲ။ သူ့ထွက်ပေါက်တွေကို ဘယ်လိုပိတ်မလဲ

ဥပမာ - Microsoft Encarta Vs Britannica

၄။ သူ့ခံတပ်နဲ့ ဝေးဝေးမှာနေပါ

သူ့ခံတပ်နေရာတွေကို ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိနဲ့ ရှောင်ရှားပါ။ အဲ့ဒါက ခင်ဗျားရဲ့ ခုခံကာကွယ်နိုင်မှုကိုအားကောင်းစေပါတယ်။ ရန်သူက တိုက်ခိုက်ဖို့အတွက် ခံတပ်အပြင်ကိုထွက်လာခဲ့ရင် ခင်ဗျားအတွက် အားသာချက်ကိုဖြစ်စေ ပါလိမ့်မယ်။

မေးခွန်း - ရန်သူရဲ့ ခံတပ်ဆိုတာ ဘာလဲ။ သူ့ခံတပ်နဲ့အဝေးမှာနေပါဆိုတာ ဘယ်လိုအရာမျိုးဖြစ်မလဲ

ဥပမာ - Car Max Vs AutoNation

၅။ မမျှော်လင့်တဲ့သူနဲ့ မဟာမိတ်ဖွဲ့ပါ

“ငါနိုင်ရင် တခြားဘယ်သူတွေအကျိုးအမြတ်ရဦးမလဲ” ဆိုတဲ့မေးခွန်းကို ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် မေးပါ။ ဘယ်ရန်သူနဲ့ မဟာမိတ်ဖွဲ့နိုင်မလဲ ဒါမှမဟုတ် အခြား လက်ရှိတိုက်ပွဲရဲ့ ပြင်ပမှာရှိနေတဲ့ ဘယ်သူတွေနဲ့ မဟာမိတ်ဖွဲ့နိုင်မလဲ သုံးသပ်ပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားနိုင်ရင် အခြားဘယ်သူတွေ အကျိုးအမြတ်ရဦးမလဲ
ဥပမာ - Hero Honda (ဟွန်ဒါဟာ စက်ဘီးထုတ်လုပ်တဲ့ ကုမ္ပဏီတစ်ခုနဲ့ ပူးပေါင်းခဲ့တယ်)

၆။ တတိယလူတစ်ဦးဦးရဲ့ လွှမ်းမိုးမှုကိုရှာဖွေပါ (အငှားစားနဲ့ သတ်ပါ)

ခင်ဗျားရဲ့ပစ်မှတ်ကို အခြားဘယ်သူတွေက လွှမ်းမိုးချုပ်ကိုင်နိုင်မလဲဆိုတာ ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပြီး အဲ့ဒီလူ အဲ့ဒါကို လုပ်ချင်လာအောင်လုပ်ပြီး ခင်ဗျားအတွက် အကျိုးအမြတ်ရယူပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရဲ့ ရန်သူကို ဘယ်သူက လွှမ်းမိုးမှုလုပ်နိုင်မလဲ
ဥပမာ - Coca-Cola and the Home Sweetener Company

၇။ နှစ်ဖက်ညှပ်တိုက်ပါ

မဟာမိတ်ဖွဲ့ပြီး နှစ်ဖက် သို့မဟုတ် အဖက်ဖက်ကနေ ထိုးနှက်တိုက်ခိုက်ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်သူနဲ့ပေါင်းပြီး နှစ်ဖက်ညှပ်တိုက်လို့ရမလဲ
ဥပမာ - Virgin Atlantic Vs British Airways

၈။ အဟန့်အတားဖြစ်နေတဲ့ ဆက်ဆံရေးနေရာမှာ အထောက်အကူပြုတဲ့ ဆက်ဆံရေးနဲ့ အစားထိုးပါ

ဆက်ဆံရေးဘယ်နေရာမှာ အဖုအထစ်ဖြစ်နေသလဲ ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပြီး ခင်ဗျားအတွက်အကျိုးကျေးဇူးရှိနိုင်တဲ့ ဆက်ဆံရေးမျိုးဖြစ်အောင် ပြောင်းလဲပါ။

မေးခွန်း - သူများကို မှီခိုနေရတာတွေကို ဘယ်လိုဖယ်ထုတ်လို့ရမလဲ
ဥပမာ - Coca-Cola Vs Pepsi in Venezuela

၉။ စုစည်းပါ သို့မဟုတ် ခွဲထုတ်ပါ

ရန်သူက အလွယ်တကူလေ့လာသုံးသပ်လို့ မရစေဖို့ရာအတွက် အစိတ်အပိုင်းတွေကို စုစည်းတာ၊ စုစည်းထားတာတွေကို ခွဲထုတ်တာမျိုးပြုလုပ်ပြီး ရန်သူရဲ့ကိုယ့်အပေါ်အမြင်ကို အပြောင်းအလဲဖြစ်အောင်လုပ်ပါ။

မေးခွန်း - ရန်သူဇဝေဇဝါ ဖြစ်စေဖို့ရာအတွက် ဘယ်ဟာတွေကို ပေါင်းလို့ရမလဲ၊ ဘယ်ဟာတွေကို ခွဲထုတ်လို့ရမလဲ

ဥပမာ - Microsoft Office - ဘဏ္ဍာရေးကိရိယာတွေကို စုလိုက် ခွဲလိုက်လုပ်ခြင်း

၁၀။ အရင်းအမြစ်တွေကို ဖြတ်တောက်ပါ

ရန်သူကိုထိပ်တိုက်ရင်ဆိုင်ခြင်းထက် သူ့ကိုအားဖြည့်ပေးနေတဲ့ နောက်ကွယ်ကအရာတွေကို ဆန်းစစ်ပြီး ရိက္ခာ၊ လက်နက် စတဲ့ အရင်းအမြစ်တွေကို ဖြတ်တောက်ပစ်ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်အရင်းအမြစ်တွေကို ထိန်းချုပ်လို့ရမလဲ

ဥပမာ - Apple ဟာ iPod ထုတ်လုပ်ဖို့အတွက် hard drives ထုတ်လုပ်သူတွေဆီက hard drives တွေအားလုံးကို စာချုပ်ချုပ်ပြီး ပြိုင်ဖက်တွေ ဝယ်မရအောင် လုပ်ခဲ့တယ်

၁၁။ ထွက်ပေါက်တွေကို ပိတ်ပါ

ခင်ဗျားအသားစီးရနေတဲ့အချိန်မှာ အကျိုးကျေးဇူး များနိုင်သမျှများများကို ကြာနိုင်သမျှ ကြာကြာရယူပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်အချက်အပေါ်ကနေ အကျိုးအမြတ်ရယူမလဲ

ဥပမာ - Barnes & Noble book (superstores)

၁၂။ အဓိကထောက်တိုင်တွေကို ဖယ်ရှားပါ

ထိပ်တိုက်တိုက်ခိုက်မယ့်အစားမှာ သူ့ကိုအားကောင်းနေအောင် ထောက်ကူပေးနေတဲ့ အဓိကထောက်တိုင်တွေကိုရှာဖွေဖော်ထုတ်ပြီး ဖယ်ရှားပစ်ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်ထောက်တိုင်တွေ ယက်မတွေက သူ့ကိုခိုင်ခံ့အောင်လုပ်ပေးနေသလဲ။ ဘယ်လိုတိုက်ခိုက်ဖယ်ရှားရမလဲ

ဥပမာ - Witherspoon Vs large pub companies in the UK

၁၃။ အဓိက အားနည်းချက် သို့မဟုတ် အလိုဆန္ဒကို ဆွဲဆောင်ပါ

အဓိကဦးစားပေးလိုအပ်ချက် သို့မဟုတ် အားနည်းချက်ကို ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပြီး ခုခံနိုင်စွမ်းကင်းမဲ့သွားစေရန်အတွက် ထိုအရာများနဲ့ မက်လုံးပေးဆွဲဆောင်ပါ။

မေးခွန်း - ရန်သူရဲ့ ဘယ်လိုအပ်ချက်နဲ့ အလိုရမ္မက်အပေါ်မှာ အမြတ်ထုတ်ရမလဲ

ဥပမာ - Microsoft ဟာ ၁၉၉၀ နှစ်တွေမှာ MSN ကိုထောက်ပံ့ပေးနေတဲ့ လက်လီဆိုင်တွေဆီမှာ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှု တွေလုပ်ခဲ့တယ်

၁၄။ မြေထွက်လာဖို့ ချုံပုတ်ကိုရိုက်ပါ

ကိုယ့်အားသာချက် ကြီးကြီးမားမားကို ချပြလိုက်တဲ့အခါ ရန်သူကဘယ်လိုတုန့်ပြန်မလဲဆိုတာကို နားလည်ဖို့ရာ အတွက် မှားယွင်းတဲ့ ဒါမှမဟုတ် အနည်းငယ်သော အားသာချက်လေးကို ချပြကြည့်လိုက်ပါ။

မေးခွန်း - ရန်သူရဲ့သတင်းကို ရယူစုဆောင်းနိုင်ဖို့ရာအတွက် ဘယ်လိုကျူးကျော်ဝင်ရောက် တိုက်ခိုက်ကြည့်မလဲ

ဥပမာ - Microsoft's entry into servers

၁၅။ ဒုက္ခထဲကနေ အခွင့်အလမ်းကို ရှာဖွေရယူပါ

ဒုက္ခနဲ့ကြုံတဲ့အခါမှာ အခြားသူတွေ ထိတ်လန့်သွေးပျက်ပြီး တပ်ဆုတ်သွားလိမ့်မယ်။ ရှေ့ဆက်ချီတက်ပြီး ဒုက္ခထဲ ကနေ အကျိုးအမြတ်ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပါ။

မေးခွန်း - ဒုက္ခနဲ့ကြုံတဲ့အချိန် အခြားသူတွေနောက်ဆုတ်သွားတဲ့အခါမှာ ခင်ဗျားရှေ့ ဆက်တိုးခဲ့ရင် ဘာတွေ ဖြစ်လာနိုင်မလဲ

ဥပမာ - Warren Buffet's and Carlos Slim's investment strategies

၁၆။ နောက်ပိုင်းမှာအနိုင်ယူဖို့ ဒါမှမဟုတ် တခြားနေရာမှာအနိုင်ယူဖို့ တပ်ပြန်ရုပ်ပါ

အကျိုးအမြတ်မရှိနိုင်တဲ့ လက်ရှိတိုက်ပွဲမှာ တောင့်ခံနေမယ့်အစား အင်အားကိုထိန်းသိမ်းပြီး အခြားနေရာ အခြားအချိန်တစ်ခုမှာ အသုံးပြုနိုင်ဖို့ရာအတွက် တပ်ပြန်ရုပ်ပါ။

မေးခွန်း - နောက်ပိုင်းမှာ အောင်မြင်မှုရဖို့ရာအတွက် ဘယ်နေရာကတပ်ကို ပြန်ရုပ်ရမလဲ

ဥပမာ - Steve Jobs cuts Apple R&D projects to 7 from 300

၁၇။ ကားရှေ့မီးထွန်းလိုက်လို့ သမင်လေးကြက်သေသေသွားတဲ့ အခိုက်အတန့်လေးကို ရှာဖွေပါ

ရန်သူရဲ့ဗျူဟာပဋိပက္ခဖြစ်မှုကြောင့် ရန်သူရဲ့ခုခံမှုရုတ်တရက် ရပ်တန့်သွားမယ့် အခိုက်အတန့်လေးတွေကို ရှာဖွေပြီး အချိန်ကိုက်ရှေ့တိုး ထိုးစစ်ဆင်နိုင်ဖို့ ကြိုးပမ်းပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရဲ့ ရန်သူဘာမှမလုပ်မဲ့အခြေအနေ၊ ခုခံမှုကင်းမဲ့တဲ့အခြေအနေက ဘယ်အခြေအနေဖြစ်မလဲ
ဥပမာ - iPod Vs Walkman

၁၈။ ရူးချင်ယောင်ဆောင်ပါ

ခင်ဗျားကို အဟန့်အတားတစ်ခုလို့မြင်နေတာကို ရှောင်ရှားနိုင်ဖို့ရာအတွက် မဖြစ်နိုင်တဲ့အစီအမံတစ်ခုကို လုပ်နေသယောင် ဒါမှမဟုတ် ကိုယ့်ရည်မှန်းချက်ကိုရောက်အောင်အထိ စွမ်းရည်မပြည့်ဝသယောင်ဆောင်ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်လို ရူးချင်ယောင်ဆောင်မလဲ
ဥပမာ - Richard Branson of Virgin

၁၉။ သူတို့တိုက်ခိုက်နေကြပါစေ

ခင်ဗျားရဲ့ရန်သူတွေ တိုက်ခိုက်နေကြတဲ့အချိန်မှာ ဝင်မပါပါနဲ့။ ရှောင်ထွက်လိုက်ပါ။ အဲ့ဒါကခင်ဗျားရဲ့ အင်အားကို စုစည်းထားဖို့အချိန်ကောင်းဖြစ်ပါတယ်။ တိုက်ပွဲနဲ့လွတ်ကင်းအောင်နေပြီး သူတို့တိုက်ခိုက်နေကြပါစေ။ နောက်ပိုင်း သူတို့အင်အားချိနဲ့လာချိန်ကျမှ လှုပ်ရှားပါ။

မေးခွန်း - အဲ့သလိုအချိန်မှာ ခင်ဗျားရှေ့ဆက်မတိုးခဲ့ရင် ဘာတွေဖြစ်နိုင်မလဲ
ဥပမာ - Intel ဟာ hardware လုပ်ငန်းထဲကို ဝင်ဖို့ရှောင်ရှားခဲ့တယ်

၂၀။ နောက်ထပ်စစ်မျက်နှာတွေမှာ အောင်နိုင်ဖို့ရာ စစ်မျက်နှာတစ်ခုကို စတေးလိုက်ပါ

အခြားသောစစ်မျက်နှာတစ်ခုမှာ အောင်မြင်မှုကိုရယူနိုင်ဖို့ရာအတွက် ခင်ဗျားရဲ့ရန်သူကို စစ်မျက်နှာတစ်ခုမှာ အနိုင်ယူခွင့်ပြုလိုက်ပါ။ သူ့အင်အားတိုးချဲ့မှုကိုလည်း ခွင့်ပြုလိုက်ပါ။

မေးခွန်း - ဘာကို စတေးခံနိုင်မလဲ
ဥပမာ - Qualcomm ဟာ hardware နဲ့ infra-structure လုပ်ငန်းတွေထဲကနေ ထွက်ခဲ့တယ်

၂၁။ ခင်ဗျားရဲ့ မဟာဗျူဟာကို ဖွင့်ချပြလိုက်ပါ

ခင်ဗျားရဲ့ရန်သူ ခင်ဗျားရဲ့အင်အားကို ကြောက်လန့်တုန်လှုပ်တာ၊ ခင်ဗျားကို ရန်သူအဖြစ်သတ်မှတ်နေတာတွေကို ရပ်တန့်သွားစေတာတွေဖြစ်ပြီး ခင်ဗျားကိုတိုက်ခိုက်ဖို့တွန့်ဆုတ်သွားအောင် ခင်ဗျားရဲ့အားသာချက်တွေနဲ့ အားနည်းချက်တွေ ဒါမှမဟုတ် မဟာဗျူဟာကို ပွင့်ပွင့်လင်းလင်း ဖွင့်ချပြလိုက်ပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရဲ့မဟာဗျူဟာကို ပွင့်ပွင့်လင်းလင်းချပြလိုက်ရင် ဘာတွေဖြစ်လာမလဲ
ဥပမာ - Vaporware; iPad Vs HP and Microsoft tablets

၂၂။ နောက်ထပ်စစ်မြေပြင်တစ်ခုဆီကို စောစောရွှေ့ပါ

နောက်ထပ်စစ်မြေပြင်ကို ရှာဖွေဖော်ထုတ်ပါ။ အဲ့ဒီနေရာမှာ ခုခံကာကွယ်နိုင်မယ့်ခံတပ်ကို ကောင်းကောင်း ပြင်ဆင်ထားပါ။ ပြီးတော့ တခြားသူတွေလာတိုက်မှာကိုစောင့်နေလိုက်ပါ။ သူတို့ရောက်လာတဲ့အချိန်မှာ အနိုင်ရဖို့ရာအတွက် ခင်ဗျားကြိုတင်ရယူထားပြီးဖြစ်တဲ့ အားသာချက်တွေကို အသုံးပြုလိုက်ပါ။

မေးခွန်း - နောက်ထပ်စစ်မြေပြင်က ဘယ်နေရာမှာလဲ
ဥပမာ - Rosetta Stone in language software

၂၃။ ဧည့်သည်အဖြစ်ဝင်ပြီး အိမ်ရှင်အဖြစ်နေရာယူလိုက်ပါ

ခြိမ်းခြောက်မှုမရှိတဲ့ပုံစံနဲ့ ဝင်ပါ။ ယုံကြည်မှုကိုတဖြည်းဖြည်းချင်း တည်ဆောက်ယူပါ။ ပြီးတော့ သူ့ကိုလွှမ်းမိုး လိုက်ပါ။

မေးခွန်း - အခြားသောတိုင်းပြည်နဲ့ ခင်ဗျားရန်သူတွေရဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်ချမှုကွင်းဆက်ထဲကို ရောက်အောင် ဘယ်လိုဝင်မလဲ
ဥပမာ - SharePoint's free version

၂၄။ လမ်းတစ်ခုကို ငှားယူပါ

ခင်ဗျားရည်မှန်းထားတဲ့ ရည်ရွယ်ချက်ကို ကောင်းစွာချဉ်းကပ်နိုင်စွမ်းရှိနေတဲ့သူတွေကို ရှာဖွေပါ။ သူတို့လျှောက် နေတဲ့လမ်းကြောင်းမှာ အတူလျှောက်ခွင့်ရဖို့ရာအတွက် သူတို့နဲ့ မဟာမိတ်ဖွဲ့ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်သူ့လမ်းကို ငှားမလဲ။ ခင်ဗျားလမ်းကို ဘယ်သူက ငှားနေသလဲ။

ဥပမာ - Legend (now Lenovo) Vs HP; Google Vs Motorola

၂၅။ အယောင်ပြမျက်နှာစာတစ်ခုဖန်တီးပြီး လှုပ်ရှားမှုကို အခြားနေရာမှာလုပ်ပါ

အယောင်ပြမျက်နှာစာတစ်ခုကိုဖန်တီးပြသထားပြီး တကယ့်အစစ်အမှန်လို့ ထင်နေအောင်လုပ်ပါ။ အဲ့ဒီနောက်မှာ လှုပ်ရှားမှုတွေကို အခြားနေရာကိုရွှေ့ပြီးလုပ်ဆောင်ပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရဲ့လက်ရှိလုပ်ဆောင်မှုတွေက ဘာမှမရှိတဲ့ အခွံပဲဆိုရင် လှုပ်ရှားမှုတွေကို ဘယ်နေရာကိုရွှေ့ပြီးလုပ်ဆောင်မလဲ

ဥပမာ - Best Buy ဟာ လျှပ်စစ်ပစ္စည်းတွေရောင်းချခြင်းထက် ဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်းကနေ အမြတ်ပိုရပါတယ်

၂၆။ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ထိခိုက်ဒဏ်ရာရအောင်လုပ်ပါ

၁။ ယုံကြည်မှုရယူဖို့ရာ ၂။ ခြိမ်းခြောက်နိုင်တဲ့သူတစ်ယောက်အဖြစ် အထင်မရောက်စေဖို့ရာ အတွက် ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်ထိခိုက်ဒဏ်ရာရအောင် လုပ်ပြပါ

မေးခွန်း - ခင်ဗျားကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်ထိခိုက်ဒဏ်ရာရအောင်လုပ်ပြလိုက်ရင် ရန်သူတွေက ဘယ်လိုတုန့်ပြန်ကြမလဲ

ဥပမာ - Intel Vs IBM in the first PC

၂၇။ တခြားသူတွေ စွန့်လွှတ်လိုက်တဲ့အရာကို ထွေးပွေပါ

ခင်ဗျားကိုယ်ခင်ဗျား အခြားသူတွေထက် ထူးခြားအောင်ခွဲထုတ်ဖို့ရာနဲ့ တိုက်ခိုက်နိုင်တဲ့စွမ်းအားကို တည်ဆောက်ဖို့ရာအတွက် မေ့လျော့ခံထားရတဲ့ ဒါမှမဟုတ် စွန့်ပစ်ခံထားရတဲ့ ပုံစံ၊ အတွေးအမြင်၊ နည်းပညာ မဟာဗျူဟာတစ်ခုကို ယူငင်အသုံးပြုပါ။

မေးခွန်း - ဘာတွေက စွန့်ပစ်ခံထားရသလဲ

ဥပမာ - Blackberry ဟာ အခြားသူတွေစွန့်ပစ်ထားတဲ့ pager network ကို ယူသုံးခဲ့ပါတယ်

၂၈။ လျှို့ဝှက်သတင်းစကားကို ပေးပို့ပါ

တိုက်ရိုက်တိုက်ခိုက်တာထက် ခင်ဗျားရဲ့အားထုတ်မှုကို ကွဲပြားခြားနားတဲ့ ပစ်မှတ်ဆီကို ချိန်ရွယ်တိုက်ခိုက်ပါ။ အဲ့သလိုတိုက်ခိုက်ပြလိုက်ခြင်းအားဖြင့် ခင်ဗျားရည်ရွယ်တဲ့ တကယ့်ပစ်မှတ်ဆီကို လျှို့ဝှက်သတင်းစကား ပေးပို့လိုက်သလိုဖြစ်စေပြီး သူ့ရဲ့အပြုအမူတွေလည်း ပြောင်းလဲသွားပါလိမ့်မယ်။

မေးခွန်း - ဘယ် “လျှို့ဝှက်သတင်းစကား” ကို ခင်ဗျားပေးပို့နိုင်မလဲ

ဥပမာ - Price guarantees

၂၉။ အရှေ့ကိုစစ်ချီပြီး အနောက်ကိုတိုက်ခိုက်ပါ

ခင်ဗျားရန်သူမထင်မှတ်ထားတဲ့နေရာတစ်ခုကို တိုက်ခိုက်မယ့်ဟန်ပြုပြီး တကယ်ရည်ရွယ်ထားတဲ့ ပစ်မှတ်ကို တိုက်ခိုက်ပါ။ ဘယ်အယောင်ပြုပြီး ညာကိုရွှေ့ပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်လိုအယောင်ပြတိုက်ခိုက်မှုမျိုးကို လုပ်လို့ရမလဲ။ အဲ့သလိုအယောင်ပြတိုက်ခိုက်လိုက်ရင် ခင်ဗျားရန်သူက နောက်တစ်နည်းနဲ့ ပြန်တိုက်ခိုက်လာနိုင်မလား

ဥပမာ - The Flick Group takeover of Feldmuhle Nobel

၃၀။ လူအများမသုံးတဲ့ လမ်းကြောင်းကနေသွားပါ

အခြားသူတွေက တိုက်ရိုက်ကျတဲ့၊ လူအများသွားတဲ့ လမ်းကြောင်းကိုအသုံးပြုနေကြတဲ့ အချိန်မှာ တိုက်ရိုက် မကျတဲ့၊ လူအများမသုံးတဲ့ လမ်းကြောင်းကနေသွားပြီး သူတို့ကို အံ့အားသင့်သွားအောင် လုပ်ပါ။

မေးခွန်း - ထင်ရှားတဲ့လမ်းကြောင်းဆိုတာက ဘာလဲ။ လူအများမသုံးတဲ့လမ်းကြောင်းကိုသုံးရင် ဘာဖြစ်မလဲ

ဥပမာ - Dell goes direct

၃၁။ ကွင်းပြင်ထဲမှာ ပုန်းပါ

ခင်ဗျားရဲ့လှုပ်ရှားမှုတွေကို ပုံမှန်အတိုင်းရှိနေပါစေ။ ဆိုလိုတာက နေ့စဉ်လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်တွေကို လုပ်နေသယောင် ဖြစ်အောင်လုပ်ပြပါ။ ဒါမှသာ အခြားအသစ်တစ်ခုကို ခင်ဗျားကြံစည်လုပ်ကိုင်နေတယ်ဆိုတာ သူတို့ကြိုတင်သတိ မထားမိမှာပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရဲ့ ဘယ်လိုနေ့စဉ်လုပ်နေကျ လုပ်ဆောင်မှုတွေထဲမှာ ခင်ဗျားပုန်းကွယ်နေနိုင်မလဲ

ဥပမာ - Disney purchases land for Disneyworld

၃၂။ ဘာမှမရှိတာကနေ တစ်ခုခုဖြစ်လာအောင် ဖန်တီးပါ

တိုက်ရိုက်ချဉ်းကပ်နည်းက အဆင်မပြေတဲ့အခါ (ဆိုလိုတာက လက်ရှိနည်းလမ်းတွေ၊ ကစားသမားတွေကိုသုံးနေတာ) နည်းလမ်း အသစ်တစ်ခု၊ ကစားသမားအသစ်တစ်ခု၊ အဖွဲ့အစည်းအသစ် တစ်ခုကို ဘာမှမရှိတဲ့အရာထဲကနေ ဖန်တီးယူပါ။ ဒါမှသာ အပြောင်းအလဲတွေကို ခင်ဗျားအတွက် အကျိုးရှိအောင် ထိန်းကျောင်းနိုင်မှာပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်ကစားသမားကို ကစားပွဲထဲထည့်ချင်သလဲ

ဥပမာ - White Day in Japan and Korea

၃၃။ လူကောင်းဖြစ်ပါစေ

ခြိမ်းခြောက်မှုတစ်ခုက ခုခံမှုကိုဖြစ်စေတာကြောင့် ရင်နှီးကျွမ်းဝင်ခင်မင်မှုရှိစေတဲ့ နည်းလမ်းကိုရွေးချယ်ပါ။ အဲ့သလိုလုပ်ခြင်းအားဖြင့် ခုခံမှုကို ထောက်ကူမှုအဖြစ် အသွင်ပြောင်းလိုက်နိုင်ပါလိမ့်မယ်။

မေးခွန်း - လူတွေနဲ့ ရင်နှီးကျွမ်းဝင်မှုရှိအောင် ဘယ်လိုလုပ်ယူမလဲ

ဥပမာ - Google Vs Yahoo! and Alta Vista

၃၄။ ပေါင်းစည်းမှုမရှိသေးတဲ့အရာတွေကို ပေါင်းစည်းအသုံးပြုပါ

ခင်ဗျားပတ်ဝန်းကျင်မှာရှိနေတဲ့ သီးခြားစီဖြစ်နေတဲ့အရာတွေကို ပေါင်းစည်း စုစည်းပြီး ပိုမိုကြီးမားတဲ့အင်အား ရအောင် ဦးဆောင်ကြိုးကိုင်အသုံးပြုပါ။

မေးခွန်း - ဘယ်သူတွေကိုပေါင်းစည်းလို့ရနိုင်မလဲ

ဥပမာ - Wikipedia

၃၅။ ခေါင်းဆောင်တွေကိုလွှမ်းမိုးဖို့ အာရုံစိုက်ပါ

အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုလုံးကို လွှမ်းမိုးဖို့ကြိုးပမ်းနေခြင်းထက် ဘယ်သူတွေက ခေါင်းဆောင်တွေလဲဆိုတာကို ဖော်ထုတ်ပြီး လွှမ်းမိုးဖို့ကြိုးပမ်းပါ။ မြင်းတစ်ကောင်ကို ဇက်ကြီးဆွဲ ခေါင်းကိုတည့်မတ်ပေးပြီး အသုံးပြုသလို လုပ်ပါ။

မေးခွန်း - ခင်ဗျားရန်သူရဲ့ခေါင်းဆောင်တွေ ဘာတွေလိုချင်သလဲ

ဥပမာ - Rupert Murdoch Vs John Malone in battle for Direct TV

၃၆။ မဟာဗျူဟာတွေကို ရှိတ်ဆက်ပေါင်းစည်းပါ

မဟာဗျူဟာတစ်ခုထဲကို အသုံးပြုနေခြင်းထက် မဟာဗျူဟာအများအပြားကို သုံးပါ။ တစ်ခုက အသုံးမတည့်ရင် နောက်တစ်ခုက အသုံးတည့်ပါလိမ့်မယ်။ နောက်တစ်ခုကအသုံးမတည့်ရင် နောက်ထပ်တစ်ခုက အသုံးတည့်ပါလိမ့်မယ်။

မေးခွန်း - ဘယ်မဟာဗျူဟာတွေကို ပေါင်းစည်းလို့ရမလဲ

ဥပမာ - Apple's iPod strategies

36 Stratagems

Kaihan Krippendorff



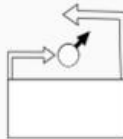
36 Stratagems and Descriptions

1

TO CATCH SOMETHING, FIRST LET IT GO

Do not attack; rather, let it go and follow closely behind.

Q. What would happen if you let your competitor go?
e.g. Cable companies v. TiVo

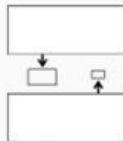


2

EXCHANGE A "BRICK" FOR A "JADE"

Give something on which you place relatively little value in exchange for something that you value much more.

Q. What "brick" can you give away?
e.g. HP profits from cartridges rather than printers

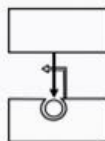


3

INVITE HIM ONTO YOUR ROOF, THEN REMOVE THE LADDER

Entice him to enter your domain and remove his escape route. This moves the competition into your domain.

Q. How can you invite your adversary into your domain and remove his means of escape?
e.g. Microsoft Encarta v. Britannica



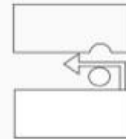
4

STAY OUT OF HIS STRONGHOLD

Purposefully avoid entering his stronghold. This will preempt resistance or, if he comes out of his stronghold to attack, will give you an advantage.

Q. What is your adversary's stronghold, and what would it mean to stay out of it?

e.g. Car Max v. AutoNation



5

PARTNER WITH SOMEONE UNEXPECTED

Ask yourself "who else benefits if I win?" to see how you might partner with "competitors" or with others outside of current consideration.

Q. Who else benefits if you win?

e.g. Hero Honda (a partnership between Honda and bicycle company)



6

FIND A THIRD PARTY INFLUENCE ("KILL WITH A BORROWED KNIFE")

Figure out who else could influence your target and have him do so to your advantage.

Q. What third party can influence your adversary?
e.g. Coca-Cola and the Home Sweetener Company





36 Stratagems and Descriptions

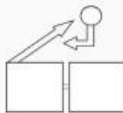
7

LAUNCH A TWO-FRONT BATTLE

Join forces with an ally in such a way that it forces a two-front, or multi-front battle.

Q. With whom can you launch a two-front battle?

e.g. Virgin Atlantic v. British Airways



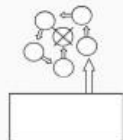
8

REPLACE RESISTANT RELATIONSHIPS WITH A SUPPORTIVE ONE

Find out what critical relationships resistance depends on and work on that relationship to turn it into your favor.

Q. What critical dependency (relationship) can you remove?

e.g. Coca-Cola v. Pepsi in Venezuela



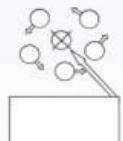
9

BUNDLE OR DISAGGREGATE

Combine things or separate things into their parts so as to alter how they perceive you and to remove yourself from direct comparison.

Q. What can you combine or disconnect to confuse your adversary?

e.g. Bundling or unbundling financial instruments; Microsoft Office.



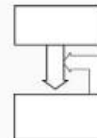
10

LOCK UP RESOURCES

Rather than engage in a head-on confrontation, analyze what is fueling resistance and lock up its supply.

Q. What inputs can you control?

e.g. Apple locks up hard drives for the first iPod



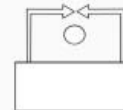
11

CLOSE THE EXITS

When you enjoy a moment of influence, take full advantage of it and prolong it.

Q. What moments of power can you capitalize on?

e.g. Barnes & Noble's book superstores



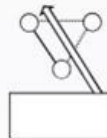
12

REMOVE KEY SUPPORT STRUCTURES

Do not take on resistance head-on, but rather focus on the key supports that provide the integrity on which resistance depends.

Q. What are the "structural beams" of resistance and how can you attack them?

e.g. Witherspoon v. large pub companies in the UK.





36 Stratagems and Descriptions

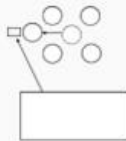
13

APPEAL TO A KEY WEAKNESS OR DESIRE

Identify a high-priority need or weakness and appeal to this to remove resistance.

Q. What strong need or desire of your adversary's can you capitalize on?

e.g. Microsoft investments in retailers support MSN in the 1990s



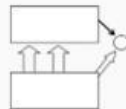
14

BEAT THE GRASS TO STARTLE THE SNAKE

Launch a "false" or small-scale advance to understand what response a real advance would trigger.

Q. What small incursion could launch to gather information about your competition?

e.g. Microsoft's entry into servers



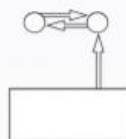
15

SEIZE OPPORTUNITY OUT OF TROUBLE

When trouble strikes, others may freeze or retreat. Capitalize on this by advancing.

Q. Where is there trouble, and what would happen if you advanced where others retreated?

e.g. Warren Buffet's and Carlos Slim's investment strategies



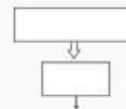
16

RETREAT TO ADVANCE LATER OR ELSEWHERE

Rather than persisting with your current fight, retreat to preserve your strength and apply it somewhere else or at some other time.

Q. From where can you retreat in order to win later?

e.g. Steve Jobs cuts Apple R&D projects to 7 from 300



17

SEIZE THE "DEER IN THE HEADLIGHTS" MOMENT

Look for a moment when resistance is stopped by a conflicting agenda or is distracted, and move forward in the face of inaction.

Q. What will your competition not do or defend?

e.g. iPod vs. Walkman



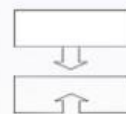
18

APPEAR CRAZY

In order to avoid being perceived as a threat, appear to be following an unrealistic plan or appear incapable of fulfilling it.

Q. How can you appear "crazy"?

e.g. Richard Branson of Virgin





36 Stratagems and Descriptions

19



LET THEM FIGHT

When your adversaries are engaged in conflict, refrain from acting, as this might unify resistance. Stay out of the fray, let them fight, and move in later.

Q. What would happen if you did not push forward?
e.g. Intel avoiding entering hardware business



20



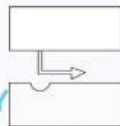
SACRIFICE ONE FRONT TO WIN ANOTHER

Allow your adversary a victory on one front to preserve, even strengthen, your competitiveness on another front.

Q. What can you sacrifice?
e.g. Qualcomm exits hardware and infra-structure



21



REVEAL YOUR STRATEGY

Openly reveal your strength, weakness, or strategy to encourage your adversary to call off his attack (e.g., because he fears your strength or no longer considers you a threat).

Q. What would happen if you revealed your strategy in the open?
e.g. Vaporware; iPad v. HP and Microsoft tablets

22



MOVE EARLY TO THE NEXT BATTLEGROUND

Identify the next battleground, set up a defensible position there, and wait for the others. When they arrive, use your superior position to win.

Q. Where is the next battleground?
e.g. Rosetta Stone in language software

23

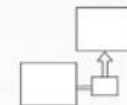


EXCHANGE THE ROLE OF GUEST FOR THAT OF HOST

Take an unthreatening stance then incrementally build trust and influence.

Q. How can you move up the decision-making chain of your customers/adversary?
e.g. SharePoint's free version

24



BORROW A ROAD

Look for someone who has better access to your objective. Create an alliance with them to gain passage.

Q. Whose road could you borrow? Who is borrowing your road?
e.g. Legend (now Lenovo) v. HP; Google v. Motorola



36 Stratagems and Descriptions

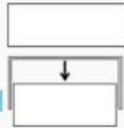
25

CREATE A FAÇADE THEN MOVE THE ACTION

Create a façade that appears to be the real thing, then move the action somewhere else.

Q. If your current activity were an empty shell, to where could you move the action?

e.g. BestBuy profits from service not selling electronics



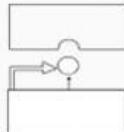
26

INJURE YOURSELF

Injure yourself to either (1) win trust or (2) avoid appearing a threat.

Q. How would the competition respond if you injured yourself?

e.g. Intel v. IBM in the first PC



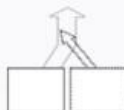
27

EMBRACE WHAT OTHERS ABANDONED

Adopt a forgotten or abandoned model, idea, or technology to differentiate yourself and build power.

Q. What has been abandoned?

e.g. Blackberry uses abandoned pager network



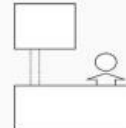
28

SEND A COVERT MESSAGE

Rather than attack directly, aim your effort at a different target. This will send a covert message to your real target that will alter his behavior.

Q. What "covert message" could you send?

e.g. Price guarantees



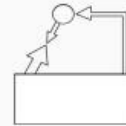
29

CLAMOR IN THE EAST; ATTACK TO THE WEST

Feign an approach the defense of which exposes your target to a different (true) attack. Fake left, move right.

Q. What fake attack could you launch; would this expose your adversary to an alternative attack?

e.g. The Flick Group takeover of Feldmühle Nobel



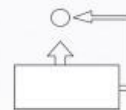
30

TAKE THE UNORTHODOX PATH

When others are focused on the direct, orthodox approach, use an indirect, unorthodox path to them by surprise.

Q. What is the obvious path; what if you took the unorthodox path?

e.g. Dell goes direct





36 Stratagems and Descriptions

31

HIDE IN THE OPEN



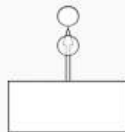
Make your actions appear normal (i.e., appear to be everyday actions) so that others will not see that something new is coming.

Q. What are the everyday activities in which you could hide your actions?

e.g. Disney purchases land for Disneyworld

32

CREATE SOMETHING OUT OF NOTHING



When the direct approach (i.e., one using existing players) is ineffective, create a new player or entity "out of nothing" to change the dynamic in your favor.

Q. What player do you wish was in the game?

e.g. White Day in Japan and Korea

33

BE GOOD



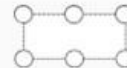
Because a threat will generate resistance, choose an approach that is, or appears to be, friendly. You thereby transform resistance into pull.

Q. How could you appear or truly be helpful?

e.g. Google v. Yahoo! and Alta Vista

34

COORDINATE THE UNCOORDINATED



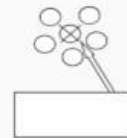
Combine and coordinate independent elements within your environment to orchestrate much greater power.

Q. Who could you coordinate?

e.g. Wikipedia

35

FOCUS INFLUENCE ON THE LEADER



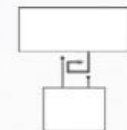
Rather than influence the entire organization, identify and incent just the leader(s). This is like leading a horse by directing its head.

Q. What unique needs does your adversary's leader hold?

e.g. Rupert Murdoch v. John Malone in battle for DirectTV

36

LINK STRATEGIES



Rather than execute one strategy, execute multiple strategies (simultaneously or in succession). If one strategy is not effective, the next one is. If the next one is not effective, the following one is.

Q. What strategies could you combine?

e.g. Apple's iPod strategies