



NS naujienų biuletenis

**NSDAP/AO : PO Box 6414
Lincoln NE 68506 USA
www.nsdapao.org**

#1146

02.03.2025 (136)

Blogio genijaus ugdymas

Gerhard Lauck

12 dalis

Paaukštinimas į pirmininko pavaduotojo pareigas

Išgyvenome mokymus. Pamažu įvaldėme įgūdžius, tapome įgudę, vėliau - labai įgudę. Darbas tapo džiaugsmo šaltiniu! Kiekviena nauja atsakomybė buvo jaudinantis iššūkis!

Maždaug antrųjų metų viduryje abu buvome paaukštinti į *viceprezidentus*.

Kitas buvęs praktikantas, dabar, kaip ir aš, viceprezidentas, netrukus pasiūlė produktą, kuris neatitiko mūsų įprastų atrankos kriterijų. Jis buvo atmestas.

Vėliau jis vėl apie tai užsiminė. Šį kartą aš jam pritariau. Mano argumentai:

Jei šis produktas, priešingai nei tikėtasi, iš tikrųjų gerai seksis, atsiras visiškai nauja potencialių naujų produktų kategorija. Jei ne, tai tik dar vienas naujas produktas, kuris nepavyko. Tai nėra pasaulio pabaiga.

Šis produktas sulaukė didžiulės sėkmės. Jis atvėrė kelią daugeliui naujų produktų. Ši gaminių kategorija taip pat turėjo lemiamą reikšmę mūsų vėlesniam įžengimui į *importo ir eksporto* rinką.

Jo atkaklumas ir vėl pasiteisino! Prisiminkite, kad tai buvo tas pats vaikinys, kuris dėl savo atkaklumo gavo darbą.

Kartą jis man pasakė: *Vidutiniškai sėkmingas žmogus prieš pasiekdamas sėkmę patiria septynis kartus nesėkmę!*

Recesija!

Netrukus po to, kai buvome paaukštinti, prasidėjo recesija.

Įmonė nebesamdė darbuotojų. Ji atleido žmones.

Paprašytas pateikti rekomendacijas, pateikiau dvi pavardes: vieno iš vadovų ir *savo...*

Abu su bendražygiu manėme, kad *vienas iš mūsų* gaus kirvį. Aš maniau, kad tai būsiu aš, nes kitas bendražygis geriau išmanė apie kompiuterius ir turėjo diplomą.

Vieną dieną jis priėjo prie mano stalo ir sušnabždėjo: *Aš pasižiūrėjau į darbo užmokesčio duomenis kompiuteryje. Mano kitas čekis bus keliais tūkstančiais dolerių didesnis nei įprastai. Matyt, išeitinė išmoka. Buvo malonu su jumis dirbti.*

Paspaudėme vienas kitam ranką ir palinkėjau jam gero.

Man jo buvo gaila. Bet taip pat pajutau palengvėjimą, kad tai nebuvo aš.

Beje, vienas iš griežtų prižiūrėtojų taip pat buvo atleistas.

Laimei, jis buvo kilęs iš turtingos šeimos. Kiekvieną rytą jo tėvas sraigtasparniu skraidindavo iš savo sodybos į vieną iš dangoraižių miesto centre. Taip jis patekdavo į darbą.

Po kelių mėnesių jis užsuko į biurą ir paminėjo, kad pradeda kurti brangių produktų katalogą. Jis apibūdino kai kuriuos iš jų ir jų kainas. Jie tikrai neatitiko mano biudžeto!

Verdikto laukimas

Po kelių mėnesių visi nervingai laukėme, kol bus parengta pirminė pelno (nuostolio) ataskaita (P&L). Netrukus ją turėjo grąžinti buhalteris.

Ekonomikos nuosmukis padarė savo. Pardavimai sumažėjo. Visi baiminosi blogiausio.

Vykdomasis direktorius man pasakė, kad tikėjosi, jog mūsų *didžiausias* ir paprastai *pelningiausias padalinys patirs didelį nuostolį!*

Atsakiau, kad tikiuosi gauti maždaug tokio paties dydžio *pelną*, kokio tikėjosi jis. Iš esmės sutarėme dėl *sumos*, bet nesutarėme dėl *pliuso ar minuso ženklo*.

Jis akivaizdžiai nustebo ir paklausė, kodėl taip manau. Dialogas vyko maždaug taip:

Jis: *Koks jūsų argumentas?*

Aš: *Atlikę demografinę analizę gerokai sumažiname pardavimo išlaidas.*

Jis: *Jis: Bet tai nebuvo tiek daug.*

Aš: *Taip, buvo.*

Jis: *Jis: Aš netikiu tavimi.*

Nebuvo prasmės toliau apie tai diskutuoti. Netrukus turėjo būti pateiktas finansinis balansas. Jis išspręstų šį klausimą.

Kai jis buvo atvežtas, mes juo pasinaudojome.

Buvau teisus. Nepaisant nuosmukio, mes iš tikrųjų turėjome *gerą juodą rezultatą*.

Mano reputacija ir įtaka dar labiau išaugo.

Tai vienas iš dalykų, kurie man patinka rinkodaros ir "demografinės analizės" srityje. Pelno prieaugis - dėl padidėjusių pardavimų arba sumažėjusių išlaidų - yra *gerai* matomas. Todėl visada gaunu už tai nuopelnus. Ir didelę premiją! (Taip, tai dar vienas dalykas, kuris man patinka!)

Tas pats pasakytina ir apie naujų produktų kūrimą.

Kita vertus, man visada gaila vykdymo darbuotojų. Jei jie išsiunčia *1 000 užsakymų* be sutrikimų, niekas to nepastebi. Bet jei jie sugadina nors *vieną* užsakymą, visi ant jų pyksta.

Bet kokių atvejų dabar buvo aišku, kodėl išgyvenau Didįjį valymą.

Skrybiaus gyvavimo ciklas

Mūsų padalinių gyvavimo ciklo etapai dažnai vyko pagal šį modelį:

Pirmiausia atrandama, ištiriama ir "užpuolama" nauja ir neišnaudota rinka.

Antra, pardavimo bumas. (Kartą generalinis direktorius susimąstė: *Kai kuriais metais nedirbu sunkiai, bet vis tiek uždirbu daug pinigų. Tiesiog mėtau pinigus į sieną, ir jie prilimpa kaip purvas. Kitais metais dirbu kaip velnias ir beveik nieko neuždirbu*).

Trečia, į rinką įžengia konkurentai. Medaus mėnuo baigiasi.

Ketvirta, pelningumas pradeda palaipsniui mažėti.

Štai pavyzdys:

Daugelį metų turėjome beveik monopolinę padėtį vieno padalinio rinkoje.

Kodėl?

Pirma, atpažinome galimybę ir *pasistengėme* prisitaikyti prie *unikalių* rinkos poreikių.

Antra, *su* daugeliu klientų buvo taip velniškai *sunku dirbti*, kad niekas kitas nebūtų su jais taikstęsis. Ypač ankstyvaisiais metais, o tai buvo dar prieš mano laikus.

Ilgainiui mūsų produktų poreikis išaugo. Jie vis dar buvo gana reiklūs, bet ne tokie neprotingi.

Tada ši rinka ėmė keistis. Mūsų produktų poreikis labai išaugo. Natūralu, kad viename darbuotojų susirinkime visi mūsų žmonės buvo nusiteikę labai opti-

mistiškai.

Po to, kai džiaugsmas nutilo, aš įnešiau savo du centus: *Ši rinkos plėtra yra didžiausia grėsmė, su kuria kada nors esame susidūrę šioje rinkoje!*

Tyla. Nuostaba. Apstulbimas.

Paaškinau: *Ši plėtra atneš naujų konkurentų antplūdį. Jie nepakankamai įvertins verslo vykdymo šioje rinkoje sąnaudas. Jie sumažins mūsų kainas. Tuomet mes prarasime pardavimus ir turėsime mažinti kainas, taip sumažindami pelno maržą... Ir vis tiek prarasime rinkos dalį, net jei išliksime pirmoje vietoje.*

Generalinis direktorius kelias akimirkas pamastė ir pritarė.

Deja, mano prognozė išsipildė.

Medaus mėnuo baigėsi.

Gamintojo mąstysena

Dabar šis skyrius susidūrė su rimta problema. Žinojome, kad mūsų kainos turi sumažėti. Bet nežinojome, *kaip* tai padaryti!

Mes vis dar buvome *nusiteikę kaip gamintojai*. Mūsų širdys ir sielos maištavo prieš pačią mintį pažeisti šventus griežtos sąnaudų apskaitos įsakymus. Šventvagystė!

Vieną dieną *The Boardroom Report* straipsnyje radau sprendimą: Kainų nustatymas remiantis "indėlio į pelną ir pridėtinių išlaidų" sąvoka. Tai buvo naujiena mums visiems, nors mūsų bendra vadovavimo patirtis siekia beveik šimtmetį!

Ši koncepcija išgelbėjo mūsų kaklą.

Kontržvalgyba

Maždaug po metų supratome, kad didžiausias mūsų konkurentas toje rinkoje kažkokiu būdu sužinojo mūsų naujojo katalogo kainas *prieš* oficialų išsiuntimą. Tikriausiai iš vieno iš daugelio mūsų didmeninių klientų.

Ką turėtume daryti?

Sugalvojau gudrų planą.

Spausdintume *du* katalogus. Kiekvieniame iš jų būtų *skirtingos* kainos.

Vieną katalogą su "neteisingomis" kainomis platintojams išsiųsdavome šiek tiek anksčiau. Tada palaukdavome kelias savaites, kad konkurentas turėtų laiko žvilgtelėti, atitinkamai pakoreguoti kainas ir išleisti savo katalogą. Tada išsiuntinėjome antrą katalogą su "teisingomis" kainomis.

Ši gudrybė pasiteisino kaip reikiant!

Pradedame importuoti

Ilgainiui ši rinka išsišakojo į dvi skirtingas puses. Kiekvienai dalinei rinkai sukūrėme atskirus katalogus. Mūsų produktų linijos šioms dviem skirtingoms dalinėms rinkoms nebuvo identiškos, tačiau sutapo. Pardavimai pagal sezoną buvo skirtingi ir buvo stebimi atskirai. Akivaizdu, kad tai turėjo įtakos pardavimų prognozėms ir pirkimams.

Naujoji papildoma rinka privertė mus pardavinėti Azijos produktus. Netrukus pradėjome teikti didelius užsakymus importuotojams.

Daugelį šių produktų, ypač *labiausiai parduodamų, pardavinėjo* ir konkurentai. Taigi net ir nedidelis kainų skirtumas turėjo didelį poveikį pardavimams.

Pasiūliau *patiems* pradėti *importuoti geriausiai parduodamus produktus*. Turėjome daug apyvartinių lėšų ir pakankamai pardavimų istorijos, kad galėtume realiai prisiimti ir įvertinti riziką.

Anksčiau mūsų bendrovė niekada nevykdė importo ir eksporto. Tačiau turėjau bent šiek tiek patirties šioje srityje iš savo tėvo įmonės. Taigi man buvo pavesta pradėti ir vykdyti importo veiklą. (Mano užsienyje praleistas laikas taip pat buvo privalumas. Taip pat mano numanomas gebėjimas "sugyventi su užsieniečiais").

Dabar mūsų konkurencinis pranašumas buvo didžiulis!

Dažnai galėjome pasiūlyti akivaizdžiai *geresnius gaminius mažesnėmis kainomis* nei konkurentai, *neaukodami* deramos pelno maržos! Atskirų geriausiai parduodamų produktų *pardavimai* vien per pirmuosius metus dažnai būdavo *penkiaženkliai. Pelnas augo!*

Iš pradžių net neturėjome fakso aparato. Skambindavau Tomui į Taivano prekybos įmonę iš savo namų vėlai vakare, kai ten jau būdavo rytas. Greitai užmezgėme gerus santykius. (Jis net juokėsi iš mano kvailų juokelių! Kita vertus, gal jis nepakankamai gerai suprato mano anglų kalbą, kad suprastų, *kokie* kvaili jie buvo. O gal jis tiesiog buvo mandagus.)

Mūsų biure apsilankė keli biuro mašinų pardavimo atstovai, kad pristatytų savo fakso aparatus. Vienas atstovas išsiskyrė, kai pasakė: *Aš tikrai norėčiau jums perduoti MŪSŲ aparatą. Bet, tiesą sakant, yra kitas modelis, kuris geriau atitinka JŪSŲ poreikius.*

Jo sąžiningumas man padarė įspūdį. Pasižymėjau, kad pasakysiu generaliniam direktoriui, pasiliksiu jo vizitinę kortelę ir nepamiršiu kitą kartą duoti jam pirmą kartą. Taip, planavau pirkti jo produktą, net jei jo kaina būtų šiek tiek didesnė.

Bet kokių atveju netrukus įsigijome pirmąjį fakso aparatą. Jis kainavo daugiau

nei 2000 dolerių.

Kai Tomas skrisdavo į Ameriką aplankyti klientų, jis apsilankydavo mūsų biure. Sužinojome, kad jo tėvas įkūrė šeimos verslo grupę, kurios metinė apyvarta JAV doleriais buvo devynženklė. Tomas vadovavo tos grupės prekybos įmonei, kurios apyvarta buvo aštuonženklė.

Kitais metais Tomas parėmė vieną iš savo mokyklos draugų iš Taivano, kuris JAV atidarė importo ir eksporto įmonę. Jis paprašė manęs nusikristi ten, susitikti su juo, apžiūrėti veiklą ir patarti. Taip ir padariau.

Tomas manė, kad visos importo ir eksporto įmonės reikalauja per didelės pelno maržos. Natūralu, kad jis buvo pripratęs prie daug mažesnių prekybos įmonės maržų. Paaiškinau, kad skirtingiems platinimo lygiams reikia skirtingų maržų. Turėjome daug laiko pabendrauti įvairiausiomis temomis ir mums tai patiko.

Vėliau Tomas pasisiūlė sumokėti už mano viešbutį ir maistą, jei kada nors atvyksiu į Taivaną. Generalinis direktorius pasakė, kad yra pasirengęs leisti man pasiimti savaitę atostogų, bet turėsiu sumokėti už lėktuvo bilietus. Nusprendžiau nevažiuoti, nes norėjau visas atostogas pasilikti giminaičiams aplankyti. Tačiau vėliau gailėjausi dėl šios klaidos.

Beje, iš Taivano importavome ne tik pilnus konteinerius, bet ir mažesnius kiekius iš kitų Azijos šalių.

Prekybos parodos

Pirmaisiais metais ar dvejus į daugumą vietinių parodų ėjau "darbo metu". Tačiau savaitgaliais į kai kurias iš jų važiuodavau ir savo laisvu laiku. Vienoje parodoje, kuri priklausė pastarajai kategorijai, atradau naują gaminį, kuriuo papildėme liniją. Jis tapo vienu didžiausių mūsų vieno padalinio pardavimų ilgus metus, vien pirmaisiais metais pardavimai buvo penkiaženkliai.

Po to savininkas pasakė, kad galiu vyksti į *bet kurią* parodą, kurią noriu, didmiestyje. Jei tik būčiau norėjęs, būčiau galėjęs nueiti į *moteriško apatinio trikotažo parodą*. (Nenorėjau...) Tačiau kartą pastebėjau stalą, ant kurio buvo demonstruojami sadomazochistiniai gaminiai, paminkštinti minkštu, *plaunamu*, į kailį panašiu audiniu.

Dalyvavau daugelyje *susijusių* pramonės šakų parodų. Pasitelkęs šiek tiek vaizduotės, kartais sugalvodavau, kaip kai kuriuos gaminius pritaikyti ir mūsų poreikiams. Kitais atvejais jie tiesiog sukeldavo idėją. Tai tarsi "smegenų šturmas".

Retkarčiais atsistodavau *kitoje* stalo pusėje.

Kartais net surengdavome kokteilių valandėlę vieno skyriaus klientams. Buvusi

tos rinkos vadovą pasamdėme kaip "konsultantą". Iš tikrųjų jis buvo tik geros valios ambasadorius, kuris spaudė rankas ir glostė nugaras. Tuo tarpu aš vaikščiojau po kambarį, klausiausi pokalbių, uždaviau keletą klausimų ir turėjau atviras akis ir ausis.

Kitą dieną grįžęs į biurą konsultantas mums pasakodavo, kad viskas puiku, kad visi myli mus ir mūsų gaminius, ir dar ką nors, ką, jo manymu, norėjome išgirsti. Jam išvykus, pateikiau savo ataskaitą.

Vienais metais beveik kiekvieną savaitgalį praleisdavau kaip parodos dalyvis, reklamuodamas savo tėvo kompanijos gaminius ginklų parodose visame regione. Pagrindiniai tikslai buvo rinkos tyrimai ir pardavimai dileriams. Trumpalaikis pelnas buvo per mažas, kad būtų verta stengtis... nors ir šiek tiek geresnis nei vaikiškas limonado standas.

Dirbdamas su įvairių įmonių projektais kartais naudojau slapyvardžius. Dėl to kartais kildavo juokingų situacijų.

Išmokau geriau įvertinti dviejų dalykų svarbą:

Pirma, pirmenybė pirkimo būdai.

Mūsų ginklų parodų klientams patiko pirkti parodoje *akis į akį*. Jie retai reaguodavo į paštu siunčiamus pasiūlymus. Tiek mažmeniniai, tiek didmeniniai klientai sakydavo: *Taip, gavau jūsų laišką. Bet pamaniau, kad pamatysiu jus kitoje parodoje ir gausiu jį tada.*

Antra, mažmeninė ekspozicija. Kai pirmą kartą pardavinėjau nedidelėje ginklų parodoje, tai buvo eksperimentas "šūvis į tamsą", kuris netikėtai gerai pavyko. Todėl nuskubėjau į antrąją, daug didesnę parodą. Pamatęs ant stalo mūsų gaminius, vienas vyras paklausė: *Ar tai parduodama?*

Greitai padėjau daugiau produktų ant stalo ir sudėjau juos į didelę krūvą.

Kai ant vieno iš mūsų prekiautojų stalo nepamačiau mūsų gaminių, antrą kartą apėjau aplink jo stalą, bet *vis tiek* jų nepastebėjau. Todėl jo paklausiau. Jis priėjo ir nurodė juos, pusiau užgriuvusius ir pamestus akyse... Po to užsakiau 100 šilko grafijos būdu atspausdintų iškabų ir išdalinau jas *nemokamai* kiekvienam prekiautojui.

Vėliau net užsakiau didelius *stendus* ir juos *padovanojau* prekiautojams. Pirmieji prototipai buvo *siaubingi*. Tačiau galutinis variantas buvo sulankstomas, lengvas, lengvai transportuojamas (mano pateiktame daiktadėžėje) ir greitai sumontuojamas vietoje. *Pardavimai sparčiai augo!* Mūsų pardavėjai buvo sužavėti!

Beje, ant daiktadėžės buvo dvi žymos: "U.S. Army" ir "Made in China". Metalinis segtukas buvo daug silpnesnis nei *tikrų* JAV kariuomenės daiktų maišų, kuriuos prisimenu iš vaikystės.

Pardavimo pagalbinės priemonės ir stendai yra įprasti mažmenininkams, dirban-

tiems prekybos vietose. Tačiau jie *nebuvo įprasta praktika* vidutiniam šoniniam / mėgėjiškam pardavėjui.


NS KAMPFRUF
KAMPFSCHRIFT DER NATIONALSOZIALISTISCHEN DEUTSCHEN
ARBEITERPARTEI AUSLANDS- UND AUFBAUORGANISATION
Number 106 Erstausgabe 1975 26. April 2017 4.20€

Der Kampf geht weiter !

Seitdem Hitler nach der Kapitulation der Wehrmacht am 8. Mai 1945 ist der nationalsozialistische Bewegung wieder als je zuvor in der hochsteigen. Und zwar nicht nur in Deutschland, sondern auf globaler Ebene!
Lebensziele von Wissenschaft, Vererbung, Vererbung und Vererbung haben nicht zugenommen, das Leben der gesamten Welt werden bald globalen Führer Adolf Hitler zu entwickeln.
Alle Nationalsozialisten sind sonstiger arbeitsfähiger Völker- und Rassenbewusstsein sollen Schüler an Schüler zu Kampf um die Erfüllung unserer weisen Führer.
Die Bewegung ist zwar wieder geworden, aber die Größe des biologischen Volkstums ist heute noch viel größer als in der Vergangenheit.
Der wissenschaftliche Kampf ist also dabei, das Volkstum – gegen alle weissen Völker (?) – zu beugen, seine Mittel und Einrichtungen, Überlebendigkeit und Fortentwicklung.
Ob "Hegel" oder "Hitler", ob im Weltkrieg oder im Stromkampf, ob auf Freigangsbühnen, weltweit oder auf einem Schiffsdeck unter der Hand: Jeder Nationalsozialist hat seine Pflicht!
Hail Hitler!
Gottfried Loeb


TROTZ VERBOT NICHT TOT!


NS naujienų biuletenis
www.nsdapao.org
#1005 19.06.2022 (133)
NSDAP/AO: PO Box 6414 - Lincoln NE 68506 - USA

Priekinė ataskaita
Interviu su Molly
Trečioji dalis

NSK: Dabartiniai jūsų projektai aktyvėja ir susiję su filosofija ir menu.

Apibūdinkite savo požiūrį į tokių temų poveikį politikai.

Molly: Daugiasia demoseo skiru Adolfui Hitlerius ir "Žmonijos armija" (www.mourningboiscent.com/truth.htm). Dabar jau turu 21 puslapį, o dar tiek daug turu padaryti. Antrojo pasaulinio karo studijos yra absoliutus informacijos laukas. Ieškai informacijos apie vieną dalyką, o randi dar du dalykus, kuriuos reikia iširti. Jautiu tarsi archeologas, atkasinantis palaidotą praeitį. Praeitį, kurios Jie ne-norėtų iškelti į dienos šviesą. Už informacijos ir nuotraukų atgildų vėl galime padėkoti internetui. Metams bėgant iš įvairių žemės kampelių į paviršių iškilo itin retų slasčių. Dabnai atrodo, kad tai



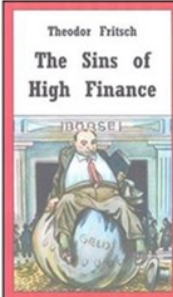
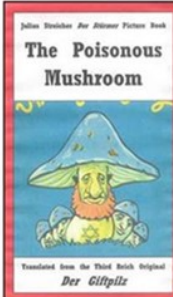

the NEW ORDER
Number 179 (135) Founded 1975 April 26, 2017 (126)

The Fight Goes On !

Seventy years after the capitulation of the Wehrmacht on May 8, 1945, the postwar National Socialist movement is stronger than ever not only in Germany, but throughout Europe.
Decades of mass murder, expulsion, persecution, and defilement have not sufficed to destroy the seed of the brilliant idea of our much loved Führer Adolf Hitler.
All National Socialists and other racially-aware citizens and racial kinemen fight side by side for the preservation of our White folk.
The movement has indeed become stronger, but the danger of biological folk death is also much greater today than in the past.
The desperate enemy is in the process of committing genocide against all White folk. His means are neo-White immigration, culture distortion, and neo-racism.
Whether "Hegel" or "Hitler", whether in election battle or street battle, whether armed with propaganda material or on a battlefield of a different kind: every National Socialist must do his duty!
Hail Hitler!
Gottfried Loeb


TROTZ VERBOT NICHT TOT!

NSDAP/AO yra didžiausias pasaulyje
Nacionalsocialistinės propagandos tiekėjas!
Spausdinti ir internetiniai periodiniai leidiniai daugeliu kalbų
Šimtai knygų daugeliu kalbų
Šimtai svetainių daugeliu kalbų



BOOKS - Translated from the Third Reich Originals!
www.third-reich-books.com


NSDAP/AO
Fight Back!


nsdapao.org
Contact us to find out how YOU can help!