الكتاب الجيد هو عصب الحياة القيّم بالنسبة لروح المعلم، مصان ومدخر من أجل حياة إثر حياة .
مقتبسة من اللائحة الموضوعة على باب غرفة المطالعة الرئيسية
في مكتبة نيويورك العامة

موردك المالي التاسع
منح الترخيص:
التحول السريع للملكية الفكرية

في الفصل الثاني عشر، أخذتم فكرة عن مستثمري المعلومات ـ أولئك الذين يجنون المال عن طريق بيع الملكيات الفكرية. والمعلومات التي أنا بصدد مشاركتكم إياها هي الصيغة الأقوى والأصعب فهماً من صيغ الملكية الفكرية في العالم. إنها تدعى منح التراخيص (Licensing) .

منح الترخيص. إن مجرد قول هذه الكلمة يجلب نظرات الحيرة من قبل الناس. العاملون في سوق العقارات يفهمونها. مسوقو الشبكات سمعوا عنها. لكن ما هو منح الترخيص بالتحديد؟ حسناً، حالما أجعلكم تدركون معناه، فسوف تلاحظونه في كل مكان. يجب أن أشكر صديقي العزيز كين كير Ken Kerr لتعليمي الأسرار الحقيقية لمنح الترخيص. كان كين مدير تصميم حدائق والت ديزني حول العالم، حيث كان واحداً من القوى

الأساسية التي كانت وراء الانطلاق الناجح لفرعي ديزني في ايبكوت وطوكيو. إضافة إلى ذلك فإنه قد لعب دوراً فعالاً في الابتكار والتسويق الناجح لبعض الشخصيات العائلية مثل السمورفس (السنافر)، الدبب المطاطية (غامي بيرز)، عنب كاليفورنيا الراقص، آن واندي الرثتين، وهذه بعض منها فقط. هذه المنتجات ولّدت مئات الملايين من ال دولارات من خلال إيرادات الترخيص.

الترخيص هو الشكل الأقصى للفعالية. هو أسرع، وأبسط، وأقصر مسافة بين فكرة ما في عقلك ومورد من الدخل مدى الحياة يتدفق إلى صندوق بريدك ... فما هو إذن؟

تاريخ منح الترخيص

لقد بدأ الترخيص على الأغلب كفكرة متأخرة منذ أكثر من ستين سنة مضت. اليوم، هو سبب لعشرات المليارات من ال دولارات من المبيعات في كل سنة. وفي هذه اللحظة بالذات، منزلك على الأرجح يضم دزينات من المواد المرخصة والتي أغنت مجموعات من الشركات والأفراد. وبالنسبة للغالبية، فإن الترخيص هو مجال عمل شركات كبيرة جداً وغنية ـ وليس لأناس عاديين مثلك ومثلي. لكن أغلب هذه الشركات كانت في بداياتها صغيرة جداً. من قال إنه لا أنت ولا أنا نستطيع أن نفعل الشيء ذاته؟ ربما آن الأوان أن تكون في الجانب الذي يتلقى الدفعات النقدية عوضاً عن الجانب المسدد لها.

لنعد إلى البداية. إنه عام 1928. هناك قطار متجه من نيويورك إلى لوس انجلوس يقل والت ديزني وزوجته إلى منزلهما عائدين من اجتماع علموا خلاله بأنهم قد خسروا حقوق ابداع فيلم والت، الأرنب أوسولد. كانت الأخبار مدمرة. بالنتيجة، لم يعد لديهم عملاً. لكن فأراً تائهاً في القطار يلهم والت بالوصول إلى فكرة جديدة. أراد والت أن يدعو إبداعه

الكرتوني الجديد باسم مورتيمر ماوس، إلا أن زوجته قد تغلبت عليه. فأصبح الاسم ميكي ماوس.

بهذه الفكرة، بدأ والت العمل مع أخيه روي في مرآب يتسع لسيارة واحدة على الجانب المعاكس من مسار الطريق في شرقي لوس أنجلوس حيث تطور عملهما إلى أن أصبح أضخم شركة تسالي في العالم. إن والت وأخاه روي أرادا أن يصبحا صانعي أفلام، لكن مهنة صناعة الأفلام ليست هي المورد الأكبر للمال بالنسبة لديزني هذه الأيام.

إن منح الترخيص بدأ بالصدفة، بالفعل. كفكرة متأخرة. أحد رجال الأعمال حاول الاستفادة من ظاهرة ميكي ماوس، قام بالتعرف على الأخوة ديزني وطلب إذنهم من أجل طبع صورة ميكي على 10000 علبة أقلام رصاص خشبية. تم منحه الإذن، وهكذا انطلق المفهوم المعاصر لمنح الترخيص. إن قسم ديزني لمنح التراخيص والتسويق أصبح أخيراً أكثر الأقسام ربحاً في ديزني. في البداية، كانت مبالغ الشيكات صغيرة، لكن التراخيص ما لبثت أن أصبحت مورداً أساسياً حيث بدأ ميكي بالظهور على قطارات ليونيل وعلى بطاقات السلع وفي الكتب الذهبية الصغيرة.

SSS

فطنة وحكمة

راجع بحذر لترى ما إذا تفوهت بأي كلمة.

لكن لم يطل الأمر حتى أدرك الأخوان ديزني منجم الذهب الذي لديهم. بقليل من الجهد أو المغامرة من طرفهما، استطاعا توليد موارد هائلة من الدخل. لنتحدث عن هذه الفعالية.

بالنتيجة، قام الأخوان ديزني ببيع رجل الأعمال الأول ذاك فقط الحق أو الترخيص للصق الصورة على واحد من منتجاته لتعزيز إمكانيات بيعه. قام رجل الأعمال بكل من التصنيع، التسويق، ومتابعة حركة المنتج من البائع إلى الشاري. فقد تحمل كل المجازفة، وأمن الأموال، وأرسل بكل بساطة

إلى والت ديزني رسماً مالياً عن كل منتج تم بيعه يحمل صورة ميكي. فكر في ذلك: بدون تصنيع، بدون تكاليف اعداد، بدون مخزون، بدون تكاليف مبيعات، بدون فرق للمبيعات، بدون تكاليف توزيع، بدون موظفين، بدون مخاطرة، بدون مال، وباستثمار قليل أو من دونه للوقت أو الطاقة. ومع ذلك هناك رقابة دائمة على نوعية المنتج. اليوم، هناك سلع بمليارات ال دولارات من ديزني يتم تسويقها عبر العالم، وكل ذلك انطلق من تلك الفكرة. إن ذلك الشكل الأقصى للفعالية.

باستخدام نفس المفهوم، في الستينات توصل أحد راكبي الأمواج من مواطني سان دييغو إلى فكرة تصنيع سترات سباحة لراكبي الأمواج ـ هذه السترات مصنوعة من مواد أكثر متانة من تلك المواد الرقيقة التي تصنع منها بدلات السباحة التي كانت شائعة في تلك الأيام. بدأ بنموذج أصلي تمت حياكته من قماش سميك. وكان شعاره عبارة عن عشر أصابع قدم متعلقة بحافة لوح ركوب الأمواج. وأطلق على صنفه الجديد اسم هانغ تن. لعدة سنوات، توسعت الشركة أكبر فأكبر حتى أخذت تصنع ألبسة خاصة بركوب الأمواج. وفي ذروتها، كان لدى هانغ تن آلاف الموظفين في عدة مصانع عبر جنوب كاليفورنيا. اليوم هذه المعامل لم تعد موجودة. هانغ تن تراجعت إلى بناء واحد فقط مع عدد قليل من الموظفين مقارنة مع الأيام الماضية. قد يبدو لك بأن الأمور لا تجري بشكل جيد. الأمر ليس كذلك. هذا العام ستجني شركة هانغ تن أكثر من 300 مليون دولار من عائدات الترخيص عبر العالم. وما الذي قاموا بترخيصه؟ فقط ذلك الشعار السخيف لأصابع القدم العشرة. إن صانعي الملابس عبر العالم يدفعون لهانغ تن عشرات الملايين وراء عشرات الملايين من ال دولارات فقط من أجل لصق شعار هانغ تن على القمصان وملابس ركوب الأمواج من كل الأنواع. لم يعد موظفوا هانغ تن يركزون

SSS

فطنة وحكمة

قاعدتا لوران بوفيت للاستثمار:

قاعدة £1: لا تخسر المال أبداً

قاعدة £2: لا تنسى أبداً القاعدة £1.

على صنع الملابس. فهم يركزون عوضاً عن ذلك على التأكد من أن النسخ لا تبتعد عن تصاميمهم. وكل هذا هو نتيجة الترخيص.

وباستخدام نفس المفهوم، دفع أحد هواة الكمبيوتر ويدعى بيل غيتس وشركته ذات الخبرة القليلة مايكروسوفت مبلغ 50000 دولار لشراء الحقوق الحصرية لبرنامج جديد للحاسب يدعى دوس DOS ، نظام تشغيل القرص للحواسب الصغيرة. كان ذلك عام 1979. لقد اتضح أنها كانت أكبر صفقة في الألفية. عندئذٍ قام غيتس بمنح رخص الحقوق غير الحصرية لدوس DOS إلى شركة IBM لاستخدامه في حاسبها الصغير الأول الـ PC لاحظ، بأنه لم يبعه إلى IBM ، بل قام بمنح رخصته إلى IBM كما منح الرخصة أيضاً لمصنعي نسخ IBM بكل تلك البساطة، القرار الثاقب هو السبب بأن القيمة السوقية لمايكروسوفت أكبر من القيمة السوقية لشركة IBM ولشركة جنرال موتورز، ومن أغلب مالكي الثروة الـ 500 الأوائل. من الصفر إلى المليارات في حوالي عشر سنوات. إن بيل غيتس هو أغنى مخلوق على الكوكب.

لو أنه باع فكرته لـ IBM ، لكان قد حصل على نصيب ضخم من المال نقداً. لكن بيل غيتس لم يكن مهتماً بالكميات الضخمة من المال النقدي ... فقد أراد مواراداً مستديماً من الدخل. والطريقة الوحيدة لتحقيق ذلك هي من خلال الترخيص. فهو ليس مضطراً لصنع أي من الآلات الحاسبية المعقدة التي تستخدم برنامجه. فهو يبيع حقه فقط لإدخال برنامجه التشغيلي على كل حاسب تم تركيبه ـ وبعد ذلك عليه أن يبيع التحديثات لكل مالكي هذه الكمبيوترات. أعجوبة صغيرة أنه أغنى رجل في العالم. ذكي. ذكي حقاً.

$$$

فطنة وحكمة

الذي يأتي أولاً يحصل على المحارة، الذي يأتي ثانياً يحصل على الصدفة.

باستخدام أشكال متنوعة من هذا المفهوم، نذكر أن مخترعاً قد تقدم من شركة ضخمة في التستعينات حاملاً معه فكرة جنونية لتحسين مبيعات الشركة. فقد أراد المخترع كمية قليلة من البنسات

مقابل كل مادة مباعة. لقد بدا ذلك معقولاً. لكن أول شركة اتجه إليها خذلته بشكل كبير. وبدون أن تثبط همته، قام بحمل فكرته ـ ملكيته الفكرية، مفهومه البسيط ـ ونزل إلى الشارع في مدينة نيويورك لتقديم فكرته إلى المنافس الأكبر التالي. بعد بحث موجز، استرعت الفكرة انتباه المدراء التنفيذيين في الشركة الثانية وقاموا بتوقيع عقد الترخيص مع المخترع. فمقابل فكرته سيقومون بدفع مبلغ قليل من البنسات لكل مجموعة.

النتيجة؟ في السنة الأولى، زادت الشركة إجمالي مبيعاتها بمقدار مائة مليون دولار. وقام المخترع منذ ذلك الحين بوضع عدة ملايين من ال دولارات في جيبه. مورد للدخل على مدى الحياة.

ما هي هذه الفكرة التي حققت لكل من الشركة والمخترع كل هذا المقدار من المال؟ هل سبق أن اشتريت عبوة من البطاريات؟ هل لاحظت أن بطاريات ديوراسيل تأتي مع جهاز اختبار صغير للبطارية وُضع على يمين البطارية؟ ديوراسيل كانت أول شركة للبطاريات قامت بتقديم هذا المفهوم. فقد كانت فكرة تستحق مئات الملايين من ال دولارات. وقد أُخبِرت بأن مخترع هذه الفكرة هو نفس الشخص الذي ابتكر الأساور المهدئة للمزاج التي شاعت في الستينات والسبعينات. هل تذكر تلك الأساور البلاستيكية التي تغير ألوانها بناءاً على درجة حرارة الجسم؟ بعد عدة عقود لاحقة، قام نفس الشخص باستخدام نفس التقنية الحرارية لتوليد مورد إضافي هائل من إيرادات الترخيص.

فكرة قديمة + تطبيق جديد + قوة الترخيص = موارد متعددة من الدخل على مدى الحياة

تطبيقات الترخيص

وماذا إذا لم تكن ديزني أو غيتس. ربما قد لا تملك حتى مرآب لتباشر منه. كيف يكون لكل هذا علاقة بك؟ تريث، دعنا نتناول المفهوم ونجعل النظرية تتغلغل إلى نفسك. ديزني وغيتس كانا ذات مرة فتيان صغيران. لم أنت لا؟ فكر في ذلك، وأنا، أيضاً، كنت فتى صغيراً. ولم يكن ذلك بالبعيد جداً. في الوقت الذي بدأ فيه غيتس بإجراء الإصلاحات على الحواسب دون وجود خبرة فنية، أنا بدأت بشراء العقارات. بعد عدة سنوات، بدأت بتعليم الأخرين كيفية شراء العقارات بدون خسارة. فحلقاتي الدراسية (السيمينار)، بدأت في قاعة صغيرة في فندق في بروفو، أوتا، ومالبثت أن بدأت تعقد في تجمعات سكنية في مدن رئيسية. وبدون معرفتي كنت أُراقَب. لقد كنت «الفتى الصاعد»، ومنافسيي في الحلقات الدراسية أرادوا أن يعرفوا كيف أقوم بذلك.

SSS

فطنة وحكمة

إنني أدين بالكثير، وليس لدي شيء، والمتبقي أتركه للفقير.

– آخر كلمات

France Rabelais

أحد هؤلاء المنافسين اتصل بي هاتفياً وقدم لي عرضاً لم استطع رفضه: دعنا نرخّص اسمك وفكرتك. دعنا نسوّق لك حلقاتك الدراسية. فحضورك لن يكون مطلوباً في الحلقات. فسوف ندرب ونعلم محاضري الحلقة الدراسية. وعندما تنتشر وتزدهر فإن كل ما ستحتاج لفعله هو قبض القيمة النقدية لحقوق الامتياز. ألن تقول نعم؟ وبعد السنوات الست التالية، وبجهد قليل أو بدون جهد من طرفي، أرسلت هذه الشركة لي ولعائلتي ملايين ال دولارات بشكل حقوق امتياز.

لم أدرك هذا في ذلك الوقت، لكني أصبحت مانح للترخيص، أضمن الحقوق لفكرتي مقابل رسوم صغيرة. على الرغم من أنني قد قمت باستثمارت ناجحة في العقارات، إلا أن ملكيتي الفكرية كانت منجم الذهب الفعلي.

SSS

فطنة وحكمة

لا تستسلم أبداً، لا تستسلم أبداً، لا تستسلم أبداً.

Sir Winston Churchill

الثروة كانت في أفكاري، وليست في أشيائي. في المستقبل، كذلك ستكون بالنسبة لك. في كل يوم، ينتج عقلك آلاف الأفكار. بعض هذه الأفكار تساوي ملايين ال دولارات. كم فكرة تحتاج وتساوي ملايين ال دولارات؟ فكرة ديزني كانت ميكي. وفكرة غيتس كانت DOS وفكرتي كانت اللاخسارة. ما هي فكرتك؟ كيف تحول تلك الفكرة، ذلك الرأي، إلى مورد تدفق نقدي من خلال الترخيص؟

أولاً، يجب أن تؤمن بأن فكرتك هي جيدة تماماً كأفكار الشخص الذي يقف إلى جانبك. هنالك فكرة لديك، فكرة كبيرة، تنتظر أن تكلل بالفعل. فقط إذا كنت تؤمن بأنها تستطيع ذلك. تخلص من الاعتقاد بأن هذا النوع من الأمور يحدث فقط للأشخاص الأخرين.

الخطوة الأولى هي أن توسع إدراكك عندها تستطيع أن تبدأ برؤية الإمكانيات في كل مكان. وقريباً، ربما ليس هذا العام، لكن في النهاية إن فرصة عقد صفقة ترخيص لن تلبث أن تقع بين يديك كما حدث معي.

الملكية الفكرية محمية بالقانون:

لا أدعي بأنني محامي، وهذا التفسير قد لا يكون صحيحاً من الناحية التقنية. لكن إليكم ما هو. الأفكار، الصور، المعلومات، الأسماء، وجميع أشكال الملكيات الفكرية يتم حمايتها من خلال براءات الاختراع، حقوق النسخ، العلامات الخدمية، والعلامات التجارية.

في حال تم منح أفكارك حقوق النسخ، أو براءة اختراع، أو علامة تجارية، عندها يكون لك الحق بها ولا أحد غيرك يحق له استخدامها بدون إذنك. وبالتالي لكي يستطيع الآخرون استخدام أفكارك، فإنك تحتاج لمنحهم الإذن، أو الترخيص، لقاء رسوم متفق عليها، عمولة، أو حقوق امتياز.

الترخيص ليس معقداً جداً. فكل ذلك يبدأ بعقد اتفاقية بسيطة بين شخصين يرغبان بالعمل معاً: «أنا، روبرت ج. آلن، امنح الحقوق لـ جون سميث من أجل تسويق المنتج XYZ لفترة X من الزمن لقاء حق امتياز بقيمة X استناداً إلى الالتزامات التالية ... كذا، كذا، كذا....». عندئذٍ، وتحت إشراف محامي مطلع والذي يقوم بإضافة العديد من التعليمات المقيدة، يأخذ عقدك بالترخيص شكله النهائي.

وهذا يجعلنا نتعرض للطرق العديدة لترخيص المنتجات.

الترخيص الخاص بالمشاهير

إن المشاهير المعروفين جيداً يقومون بإعارة اسمائهم إلى مشاريع متنوعة مقابل حقوق امتياز ورسوم. ففي أحد المرات دفعت إلى غاري كولنز مضيف برنامج حوار تلفزيوني مبلغ 50000 دولار بالإضافة إلى نسبة من إجمالي المبيعات من أجل استضافة واحد من مندوبينا. واليوم الذي تم فيه تصوير البرنامج كان يوماً طويلاً من العمل. (خمسون مديراً من أجل جهد نهار واحد، إن المشاهير يدفعون). غاري كان رائعاً، محترف حقيقي، وإنسان خارق. فقد غادر بعد أن أخذ رسم ضخم بالإضافة إلى موارد إضافية من الدخل من مبيعات المنتج. نحن كلانا قد ربحنا. فأنا اشتريت المصداقية المطلوبة وهو قد تاجر بشهرته من أجل موارد إضافية للدخل.

SSS

فطنة وحكمة

لو ان أحداً يعطيني فقط علامة واضحة! مثل فتح إيداع بإسمي في حساب مصرفي في سويسرا.

Woody Allen

في كل مرة ترى فيها أحد المشاهير يضع توقيعه على منتج، فإنك ستدرك بأن لذلك علاقة بالترخيص. وذلك موجود في أي مكان. اصغ إلى أصوات الممثلين المشهورين في أغلب الدعايات التلفزيونية أو الإذاعية، ولاحظ الأغنياء والمشاهير الذين صنعوا خطوط انتاج خاصة بهم - بدءاً من

بدلات جوني كارسون يليه ربطات العنق الملونة لـ راش ليمباف ثم إلى كولونيا مايكل جوردان. المشاهير يسهلون عملية البيع. وهناك المئات من المشاهير المتواجدين لمساعدتك في بيع منتجك مقابل رسم مالي.

الترخيص الخاص بالشخوص:

إن ميكي ماوس، باور رينجرز، غامي بيرز، وعنب كاليفورنيا الراقص هم جميعاً أمثلة جيدة.

كين كير، في مثالنا عن الترخيص، اكتشف وجود أشكال بلاستيكية زرقاء غريبة في محل للدمى في ألمانيا منذ عدة سنوات خلت. وأحضر بعض العينات إلى منزله فأحبها الأطفال بشكلٍ كبير، عندها عرف بأنه قد وجد أمراً مربحاً. سافر هو وشريكه عائدين إلى أوروبا واستطاعا أخيراً أن يجدا المصنِّع في بلجيكا. تم عقد صفقة لترخيص وتسويق هذه الشخصيات في أمريكا ... وتتمة القصة صنعت تاريخاً. فأنت تعرفهم باسم السمورفز (السنافر).

بالإضافة إلى أفلام الكرتون، فإن صور السنافر يمكن أن توجد على عدد كبير من المنتجات، وجميعها تنتج تحت ترخيص. والقائمة ليس لها نهاية: شراشف الأسرة، وجوه الوسائد، حقائب الغداء، الترامس، الألعاب، مستلزمات المدارس، علب اقلام الرصاص، مماحي، أقلام الرصاص، الأقلام، الدفاتر المدرسية، القمصان، الألبسة الرياضية وألبسة أخرى، القبعات، اللصاقات الطبية، التقاويم، المفكرات، ربطات العنق، الأزرار، تماثيل الدمى الصغيرة، الفناجين، بطاقات التهنئة، والكتب الهزلية.

إن شركة كين كير لم تنتج أياً من هذه المنتجات. فهي ببساطة أعادت منح الترخيص المتعلق بالسمورفز إلى عدة شركات في شمال أمريكا والتي أرادت استخدام شعار السمورفز لتعزيز مبيعات منتجاتها. والنتيجة كانت مئات الملايين من ال دولارات في المبيعات وملايين ال دولارات لقاء رسوم الترخيص.

أين تجد أفكاراً مثل هذه؟ أنى سافرت، أبقِ عينيك مفتوحتين. لنفرض أنك اكتشفت فكرة كانت ستكتشف قريباً. فما الذي يمنعك من نيل حقوق تسويقها عالمياً؟ سيدهشك عدد الأعمال الأجنبية الناجحة التي تتوق للوصول إلى القمة والتي لديها استعداداً بأن تمنح حقوق التسويق مقابل هذه الميزة. فالسمورفز «السنافر» كانت ناجحة في أوروبا لأكثر من عشرين سنة قبل أن تظهر في أمريكا كان على أحدهم أن يتعرف على هذه الفكرة ويجلبها إلى هنا.

وبالحديث عن ترخيص الشخصية، أتساءل كم تدفع شركة متروبوليتان للتأمين على الحياة مقابل حقوق استخدام الشخصية الكرتونية «سنوبي» في إعلاناتها. فقد رأيتها في المجلات في كل مكان. «احصل على وثيقة متروبوليتان، إنها تدفع» نعم، أراهن بأن شركة متروبوليتان تدفع مبالغ كبيرة.

ترخيص المعلومات:

سبق أن نوهت كيف كسبت دخلاً عن طريق ترخيص حلقات بحث روبرت ألن. أي فكرة، مفهوم، أو معلومات متخصصة هي قابلة للترخيص. أغلب مبتكري المعلومات يهدرون ملايين ال دولارات لأنهم ببساطة لا يعرفون كيف يقومون بتوضيب وتسويق معلوماتهم بشكل مجموعات من منتجات المعلومات. خذ بعين الاعتبار أفكار استثمار المعلومات التي أطلعتك عليها في الفصل 12 وترخيص أفكار الكتاب الذين بدأ نجمهم بالصعود. راقب قوائم أفضل المبيعات واغتنم الفرصة باكراً. التقط المذنب وتعلق به.

هناك ترخيصاً للملابس، كما في شركة نايك سووش.

هناك ترخيص للرياضة، كما في حالة مايكل جوردون، تايغر وودز، وجاك نيكلاوس.

هناك ترخيصاً للاختراعات، كما في تجارة بطاريات ديوراسيل.

الربح من الترخيص:

هناك أربع طرق أساسية لتحقيق الربح في مجال الترخيص.

الطريقة الأولى: ابدأ من لاشيء من خلال فكرتك الخاصة.

ديزني خلق ميكي من الهواء. التقط فكرة من الهواء وابدأ. باستخدام هذا المفهوم، وضع شخصان يعملان في كراجهما عام 1988 أفكارهما (ملكتهم الفكرية) على ورق بشكل اسكتشات مرسومة بشكلٍ خشن بالأبيض والأسود. في عام 1991، هذا المفهوم البسيط تحول إلى واقع وولد 400 مليون دولار من عائدات الترخيص عبر العالم. هذه الفكرة والتي لا تبدو عقلانية بشكل كامل لكنها كانت مدرة للأرباح بالفعل، إنها تدعى سلاحف النينجا المراهقة. هل سبق أن سمعت بها؟ لقد سمع بها ابنك المراهق.

الطريقة الثانية: استخدم الترخيص لإضافة العديد من موارد الدخل إلى عملك الحالي.

كما في حالة شعار هانغ تن، فإنك قد تجد بأن لصق هذه الشعارات على منتجات الآخرين هي أكثر إدراراً للربح من تصنيع المنتجات بنفسك. وباستخدام هذا المفهوم، أضاف ترخيص الرياضة تيارات ضخمة من الدخل للحد الأدنى من الرياضات الرئيسية. فالمال لا يُجنى فقط من خلال بيع التذاكر للفعاليات الرياضية أو من خلال بيع حقوق مشاهدة هذه الفعاليات على التلفاز، لكن من خلال منح تراخيص لكرة القدم، البيسبول، كرة السلة، الهوكي، شعارات كرة القدم التي توضع على الملابس، التجهيزات، وطبع الشعارات على المنتجات. هذه صناعة تساوي عدة مليارات من ال دولارات. فالفرق الرياضية لا تصنع الملابس أو التجهيزات بنفسها. إنما تمنح ترخيصاً للآخرين لعمل ذلك.

فكِّر بالأولمبياد. فلجنة الأولمبياد لا تصنع، ولا تسوق، ولا تحرك المنتجات التي تحمل شعار الأولمبياد. إنما تمنح ترخيصاً للآخرين ليقوموا بهذا ... وتقبض هي حقوق الامتياز. وكرجل أعمال مستقل، تستطيع أن تنال حقوق استخدام شعار الأولمبياد لتعزيز مبيع منتجاتك. لكن الوضع الأفضل أن تكون أنت مانح الترخيص، وليس الحائز على الترخيص.

الطريقة الثالثة: احصل على الترخيص لفكرة شخص آخر ونمِّها من لا شيء.

انظر إلى بيل غيتس، فنظام دوس (DOS) كان في الواقع برنامج لشخص آخر، حصل عليه غيتس مقابل مبلغ 50000 دولار واستغله بنجاح في شركة جعلت منه أغنى رجل في العالم. أترى، إن فكرتك التي تساوي عدة ملايين من الدولارات ليست بالضرورة أن تكون قد نشأت في رأسك أنت.

الطريقة الرابعة: استخدم الترخيص لإضافة عدة موارد من الدخل إلى مشروع شخص آخر.

هناك الآلاف من المشاريع في كل بلد في العالم بحاجة إلى أن تدرك فوائد الترخيص. سواء كانت تحتاج لترخيص منتجاتها الخاصة من أجل البيع (كالمخترع الأوروبي للسمورفز) أم تحتاج لترخيص أفكار أناس آخرين لتعزيز مبيعاتهم (مثل ديوراسيل). يمكنك أن تكون هذا الشخص الذي يقوم بتعليم هذه الشركات ويكسب موارد من الدخل كنتيجة لذلك.

هذا النوع من المنهج استخدم من قبل مستثمر للمعلومات حيث قام بتحويل فكرة مفيدة إلى ملايين ال دولارات كعائدات له ولزبونه. ووفقاً لٰلقصة، هذا الرجل لفت نظره في جريدة تجارية أن أوركسترا سمفونية في نيويورك كانت تخطط لعرض أمسية موسيقية بعنوان مارلين، مكرسة لحياة وعمل الممثلة المشهورة.

كانت تلك هي الشرارة التي احتاجها. اتصل بمكتب المصور الذي

يمتلك مجموعة نادرة من صور مارلين مونرو، ونال حقوق بيع اسم مارلين مونرو، ومنح ترخيصاً لإنتاج منتجات تتزامن مع الأمسية السيمفونية. ثم اتصل مع إدارة الفرقة السيمفونية وسألهم إذا كان بالإمكان أن تسمح له بإقامة معرض لصور نادرة لمارلين مونرو بالتوافق مع أداء الفرقة السيمفونية. ابتهجت الفرقة بالطبع لهذه الفكرة. الإعلانات المسبقة جذبت مالكين آخرين للصور النادرة، سمح لهم أيضاً بعرض صورهم في هذا العرض الخاص. تم الاتصال بالباعة لصنع سلع تجارية تتعلق بمارلين خصيصاً لهذا العرض ... تقاويم الصور، أوشحة، سترات، قمصان، أقلام، ومجموعة من السلع ذات العلاقة ـ وجميعها أنتجت تحت ترخيص من قبل المروج. زاد الإعلان من الإقبال الجماهيري بشكلٍ كبير، تم بيع ما قيمته ملايين ال دولارات من سلع مارلين التجارية، والحد الأدنى كان موارد هائلة من عائدات الترخيص.

كيف يمكنك الوصل إلى ذلك انطلاقاً من وضعك الراهن.

دعنا نستكشف خطة بخطوات خمس للحصول على نقد من الترخيص.

الخطوة الأولى: اشبع عقلك بالتفكير كنقطة عبور.

ابدأ بالتفكير مثل بيل غيتس. يبدو أن كل لحظة من حياته العملية أنفقت بالتفكير بطرق يصبح من خلالها نقطة العبور التي يجب أن يجتازها الناس (مقابل رسم بسيط) للحصول على معلومات معينة. ربما أن هذا هو السبب أن اسمه غيتس (بوابات). فقد أصبح بشكل فعال نقطة عبور بالنسبة لعالم الكمبيوترات الصغيرة. وباستخدام نفس طريقة التفكير، فإن لدى غيتس الآن مكتبات واسعة تحوي أرشيفاً من الصور للفنون المشهورة من جميع أنحاء العالم. وهذه الصور تم تحويلها إلى رقمية، وعلى الناس الذين يريدون استعمالها أن يدفعوا لبيل مبلغاً صغيراً مقابل هذه الميزة. ومرة ثانية، يصبح نقطة عبور. إنه ينظم حلفاً استراتيجياً مع شركات الأعمال في كل أنحاء العالم. إنه يريد فقط جزءاً صغيراً من كل شيء يباع فعلياً. فهو يريد أن

يكون نقطة العبور. أنا وأنت يجب أن نبدأ بالتفكير مثل بيل. سأكون سعيداً فقط بواحد من واحد بالألف من صافي ثروته، ألن تكون كذلك؟

الخطوة الثانية: تظاهر بأنك شخص بارز يمنح التراخيص.

لتقم بلعبة عن طريق ملاحظة احتمال واحد للترخيص على الأقل في كل يوم. راقب ما هي المجالات الأكثر طلباً ومن هم الناس الأكثر حماساً. أقرأ الصحف والجرائد التجارية. عندما تكتشف مفهوماً أو فكرة واعدة، اسأل نفسك، «أتساءل ما إذا قاموا بمنح الحقوق عبر العالم؟» «هل ستظهر تلك الفكرة بشكل جيد إذا وضعت على قميص؟» «ما الذي يحتاجه هذا العمل ليكون بشكل فكرة قابلة للترخيص تمنح كلانا ثروة؟» «كيف باستطاعتهم الحصول على مزيد من الأرباح من خلال أعمالهم الناجحة؟» «هل سيحب الأطفال ذلك؟» «كيف يمكنني مساعدة أحدهم ليصبح مشهوراً ويجعل كلانا غنياً في هذه العملية؟» «كيف يمكنني تسويق هذه الفكرة إلى باقي أنحاء العالم؟»

الخطوة الثالثة: امض نهاراً في المكتبة المحلية أو في محل لبيع الكتب.

ربما تذكر مطلبي العام المشهور والخيالي:

أرسلني إلى أية مدينة، خذ محفظة نقودي.

أعطني سنداً بمائة دولار. وفي خلال 72 ساعة سأشتري

وحدة ممتازة من عقار دون استخدام أي من أموالي الخاصة.

تحدتني صحيفة إل. آي. تايمز لإثبات ذلك. ومع وجود مراسل إلى جانبي، اشتريت سبعة ممتلكات عقارية في خلال 57 ساعة. كانت خبرة تعلم عظيمة.

تحديت كن كير، المرشد في الترخيص، في وضع مشابه: أن يتم

SSS

فطنة وحكمة

أقصر طريق للقيام بعدة أشياء هو أن تقوم بشيء واحد فقط في المرة الواحدة.

Samuel Smiles

وضعه في مدينة غريبة دون وجود أية علاقات سابقة أو موارد، ليجد، ويفاوض، ويوقع صفقة ترخيص مربحة خلال 72 ساعة. وافق وأخبرني تماماً كيف سيقوم بذلك. قبل أن أعرض الحل الذي اتبعه، دعني أسألك، كيف ستقوم أنت بذلك؟

هذا ما سيفعله: سيذهب مباشرة إلى الفرع الرئيسي للمكتبة العامة المحلية ويسأل أحد موظفي المكتبة أن يريه براءات الاختراع المحفوظة على فيلم. سيجد أن هناك الآلاف من براءات الاختراع، ويتم إضافة العديد منها يومياً. بعدها سيقوم بعمل فحص الفيلم لتحضير لائحة من هذه المنتجات، الأفكار، أو الاختراعات والتي يشعر بأن لديها احتمالات وإمكانات كبيرة. عندئذٍ، باستخدام رقم هاتف المخترع أو عنوانه المدرج في كتاب براءات الاختراع، فإنه سيتصل على الأقل بعشرة ممن اختار أفكارهم على أساس كونها مجدية. وحسب خبرة كين، فإن 9 من أصل 10 من هؤلاء المخترعين ليس لديهم وكلاء تسويق أو ترخيص وهم منفتحين جداً لمناقشة مثل هذا الإجراء. عندها سيلتقط أفضل خيار، ويقوم بالترتيبات من أجل حقوق الترخيص عبر العالم، ويوقع العقد.

إذا لم يكن قسم براءات الاختراعات مثمراً بالشكل الكافي، عندها سيراجع كين قسم الاستعلامات في المكتبة. أو يراجع الإصدارات السابقة من لائحة أفضل المبيعات في النيويورك تايمز. هناك دائماً على ما يبدو كتاباً وخبراء لم تتم الاستفادة من أهميتهم ويرغبون بمنح حقوق الترخيص لمنتجات المعلومات التي لم يتم تغطيتها في عقودهم الخاصة بعائدات النشر. إذا كانت المكتبة غير معروفة بشكلٍ كافٍ، فأي مكتبة رئيسية لبيع الكتب يمكن أن تتوفر فيها المادة المطلوبة لهذا التحدي. بطريقة ما أو بأخرى، شعر بأن 72 ساعة ستكون أكثر من الكافية.

بخبرة مثل هذه، تمكن كين من نيل حقوق التسويق بالبريد المباشر لكاتب مشهور ولعمله. وفي وقت قصير، دفع لهذا الكاتب أكثر من نصف مليون دولار رسوم ترخيص. وذلك لمصلحة كل من الفريقين.

الخطوة الرابعة: أوجد صانعاً أو صاحب ترخيص نهائي

في اللحظة التي ينال فيها كين حقوق الترخيص لبراءة الاختراع، فإنه سيبحث في السجل الأمريكي للصانعين، والذي يدرج أسماء جميع الصانعين تبعاً لنوع الصناعة. اعتماداً على هذه الفكرة، سيقوم بالاتصال مع الصانعين ويحاول جذب اهتمامهم لمنح عقد ترخيص.

على سبيل المثال، لنفرض بأن مفهومه تضمن تسويق قبعة للبيسبول تحمل شعاراً خاصاً. فالسجل يدرج أسماء أعداداً كبيرة من صانعي قبعات البيسبول .. كل منهم مع أقنية التوزيع الخاصة به المحددة مسبقاً. إذا كانت الفكرة مناسبة، المصنع يؤمن المادة الأولية، المخزن، تدفق الإنتاج، التوزيع، مع التوصيل الفوري لمئات المحلات.

الخطوة الخامسة: استمتع مدى الحياة بموارد شيكات الجعالة.

نعم، هذا النقاش هو تبسيط كبير لموضوع معقد جداً، كان غرضي هو لفت انتباهك إليه، وزيادة وعيك تجاهه، لزرع بذور الإمكانية حيث ستكون لمرة في حياتك قادراً على الاستفادة من الفكرة التي شاركتك بها هنا. إذا كنت ترغب بتقرير خاص مجاني، «الأسرار القليلة المعرفة في عالم الترخيص» لمؤلفها كين كير، فقط قم بزيارة لموقعي على الشبكة www.multiplestreamsofincome.com وسأرسل لك نسخة بالبريد الإلكتروني. أدخل الكلمة الدليلية كين كير.

إليك الأجوبة لبعض الأسئلة التي على الأرجح أنك تفكر فيها الآن.

س ـ ما هو أفضل وقت للحصول على ترخيص لتسويق منتج شخص آخر؟

ج ـ عندما لا يريدون مقابلاً باهظاً لقاء ذلك. تتقاضى ديزني اليوم حوالي 500 ألف دولار لقاء استخدام ترخيص معين لميكي ماوس، إضافة إلى 15 ٪ من إجمالي عائدات مبيع الجملة. وهذا واحد من أعلى المعدلات في الصناعة. فإذا تم بيع قميص بمبلغ 20 دولار، فإن تكلفة البيع الكلية هي 10 دولارات. يتقاضى ديزني 15 ٪ من الـ 10 دولار من تكلفة البيع الكلية، أو 1.50 دولار، في كل مرة يتم فيها بيع قميص. هذا بالنسبة لليوم. لكن لسنوات مضت، فإن رجل الأعمال الذي كان أول من حصل على هذه الحقوق لم يدفع شيئاً على الأرجح.

إن حقوق ترخيص دمى أطفال الملفوف تم عرضها على كين كير مجاناً. في ذلك الوقت كان المخترع ليسعد بأية مساعدة لإيصال لعبه إلى السوق. كين تجاهل العرض كأغلبية الآخرين في الصناعة. عش وتعلم. بعد عدة سنوات تلت قام بدفع 380 ألف دولار من أجل حقوق الترخيص لقاء جزء ضئيل من ترخيص دمى أطفال الملفوف.

لذلك، إنها فكرة جيدة أن تراقب النجوم الصاعدة. فهم عادة لا يعرفون قيمة ما لديهم وهم متلهفون لمزيد من العائدات الإضافية. في العديد من الحالات، يمكن الحصول على حقوق الترخيص لقاء لا شيء. والعائدات الجارية يمكن أن تكون 3 ٪ كحد أدنى إلى 10 ٪ كحد أعلى.

مع ذلك، من الممكن الحصول على موارد جيدة من الأموال من ملكيات غالية وهامة مثل باور رينجرز أو مثل الدمى ـ إذا كنت تملك مالاً نقدياً. لكن تذكر الصيغة الموجودة في كلمة مال Money حيث يمثل حرف N معنى لا خسارة، فهذا الحرف موجود لسبب وهو ابقاء المجازفات بالحد الأدنى. لا بد أن يكون هناك فكرة جيدة وغير مكلفة للترخيص في مكان ما..... وتكون من نصيبك.

س ـ ما هي الطرق الأخرى التي يستطيع بواسطتها مشروع قائم كسب مزيد من موارد الدخل عن طريق الترخيص؟

ج ـ لنأخذ مثالاً غير متوقع عن مكتب تحقيقات (L A لوس انجلوس). بعض مانحي التراخيص الحاذقين أقنعوا هذا المكتب الحكومي بترخيص سلع ـ قمصان، كنزات، ملصقات كبيرة، والطبشور الخاص برسم الحدود الخارجية حول الجثث الموجودة على الأرض، وغيرها كثير. هذه المواد أصبحت شائعة جداً. هل كنت ستعتقد إن مثل هذه الوكالة الحكومية الرهيبة يمكن أن تتحول إلى مورد نقدي داخلي واسع الانتشار؟

هل يمكن أن تقوم بالاستثمار بناءاً على هذه الفكرة؟ هل هناك مكاتب تحقيقات أخرى في العالم؟ قم بتغيير الاسم، انسخ الفكرة، وربما تكون موارد الدخل الناتجة لك. لا يوجد هناك ضرر في النسخ ـ طالما أنه لم يتجاوز الحدود القانونية. وفي النهاية، ألا ترى كم مطعماً للهمبرغر موجود؟

لنأخذ مثالاً آخر: غرفة التجارة في هوليوود. هل تعلم بأن علامة هوليوود الموجودة على تلة هوليوود هي علامة تجارية. وفي أي مكان توجد فيه هذه العلامة، يجب دفع رسم لغرفة تجارة هوليوود. والحال نفسه بالنسبة للنجوم في شارع المشاهير في هوليوود. لكنك لم تكن تعرف هذا، أليس كذلك؟

أخيراً، دعنا ننتطرق إلى مثال وهو مركز جولد الرياضي، حيث ستجد رجالاً ونساءً يهتمون بتنمية عضلاتهم في المدن الرئيسية في مختلف أنحاء البلد. إنني أدرك بأن أي ناد رياضي تقريباً يمكنه أن يصبح كناد جولد الرياضي مقابل رسم يدفع من أجل الاسم. على كلٍ، كل ناد رياضي مرخص يجب أن يبيع قمصان ومعدات رياضية عائدة لنادي جولد الرياضي، وهذا يؤمن عائدات ترخيص وتسويق هائلة للسيد جولد من خلال شبكته الوطنية.

س ـ ماذا عن منح الامتياز؟ هل منح الامتياز هو شكل من أشكال منح التراخيص؟

ج ـ نعم، لكن هنالك مزيد من العمل متعلق بهذا حسب رأيي. فمع

منح الامتياز، إنك ترخّص عملك الناجح مقابل رسوم منح الامتياز بالإضافة إلى نسبة من الربح الإجمالي. مورد دائم؟ نعم، الكثير من العمل، المجازفة، الجهود، الإدارة، الموظفين؟ عجباً، هل هذه شجرة مالية؟ لا. لا بد من وجود طريقة أسهل.

س ـ ماذا يحدث في حال لم يحمي الشخص (ذكر أو أنثى) نفسه عن طريق حقوق الطبع، والعلامات التجارية، وبراءات الاختراع المناسبة؟

ج ـ هل علمت أن أغنية عيد الميلاد لم تكن محمية بحقوق الطبع قبل أن تقوم امرأة ذكية بإجراء بحث وتكتشف أنها كانت ملكية عامة؟ تم منحها حقوق الطبع، وفي كل مرة يتم فيها الاستماع إلى هذه الأغنية على الهواء، يتم دفع عائدات إلى هذه الإمرأة الذكية. أو هكذا أخبروني.

هل كنت تعلم أنه في الستينات فشل البعض من شركات السيارات الأمريكية الكبيرة في الحصول على حقوق طبع وعلامات تجارية مناسبة من أجل شعاراتها في أوروبا؟ كانت تلك غلطة كلفت عدة مليارات من ال دولارات. اكتشف شاب جامعي مغامر الخطأ غير المقصود وذهب من بلدٍ إلى آخر في أوروبا ليقوم بالإجراءات القانونية للاستحواذ على الأسماء. ومن أجل بيع سياراتهم في أوروبا، قامت شركات السيارات الأمريكية هذه بدفع الملايين له كرسوم ترخيص.

حسناً، لديك الترخيص موجود في قشرة الجوز (بين يديك). كما أسلفت الذكر، إن فكرة الترخيص ستسقط من السماء وتصل إليك في يوم ما. لنأمل بأن تكون واعٍ وأن يكون التوقيت مناسباً.