

הקדמה קצרה

בניית תרחישים היא אחד מאבני יסוד של תכנון אסטרטגי, הבנה של התרחשויות העוללות להתפתח מתוך גורמים חיצוניים או פנימיים עליהן אין לגנרל/מנהל שליטה ותכנון של תגובות טקטיות אפשריות לכל סיטואציה. מניין התרחישים הוא אינסופי, ועל כן בבניית תרחישים יש להגביל את מספר התרחישים אליהם נערכים. הן מבחינה הסתברותית, והן מבחינת יכולת אנושית אשר מוגבלת להכיל, לצפות ולהיערך בהתאם. המספר הנכון והרלוונטי אשר הנני מוצא לנכון הוא 5, שמתוך כל אחת מהן פורצות חמש נוספות. זוהי משוואה אקפוננציאלית בפני עצמה, כאשר בכל צומת דרכים פורצות 5 דרכים שונות. על האסטרטג לתכנן בצורה מופשטת ככל שניתן, תוך כדי שמירה על יכולת תמרון טקטית אשר רלוונטית למקרה. לכאוס שאניו טוטאלי יש חוקים. הוא מוגבל בתוך איזה שהיא מערכת אשר במקרים רבים נקבעת מראש (תיאוריית הכאוס). תפקידו של האסטרטג, הוא להבין את נתוני המשוואה אשר עליהם לא תהיה לו שליטה, ולהשאיר לעצמו את מרחב התמרון על מנת להשיג את התוצאה הטובה ביותר לו ולכוחותיו (ברמה משפחתית, מחלקתית, או בקצרה בכל מערכת חברתית). האסטרטג המוצלח יגביל ויתכונן לתרחישי האימה, ויכין את הקרקע מראש כך שהמהלכים הטקטיים יתאפשרו בצורה הטובה והחלקה ביותר, ויידרשו את המאמץ וההקרבה הקטנים ביותר.

כל שלב בעץ התרחישים בנוי מחמישה תהליכים הנמצאים מחוץ לשליטת האסטרטג, כשמתחת לכל אחד חמישה ענפים של מקרים הנתונים להשפעת האסטרטג, אשר כל אחד פותח חמישה תרחישים אסטרטגיים מחוץ לשליטתו וחוזר חלילה. ככל שהרגעים אליהם אנו נערכים מתקרבים העץ האסטרטגי הופך לעץ טקטי, ברידה מן המאקרו אל המיקרו.

ניהול אסטרטגי נובע תחילה מאופן החשיבה ותוואי האופי של האסטרטג. ככל שיהיה פרנואיד גדול יותר תרחישי האימה יהיו חמורים יותר כנראה מהמציאות. האסטרטג האופטימי ימצא עצמו מצייר בדמיונו עתיד ורוד יותר. האסטרטג המוצלח יניח תמיד שהוא טועה, יקיף את עצמו באנשים שחושבים ורואים אחרת ממנו, ותמיד יתאר להם תרחישים רבים מהחמישה אשר הוא מגביל את עצמו. "בחורים רעים נעים בדממה ובאלימות", ועל כן על האסטרטג לזרוע עלטה על המהלכים הטקטיים אשר הוא מבצע, ובמקרים רבים מה הם התרחישים אותם הוא רואה. הפילוסופיה האסטרטגית הייתה והתחלקה עד לפני עשור לארבעה קווי אופי אסטרטגיים עיקריים. היזם, המגן, האנליסט, והמגיב (Miles and Snow's Typology of Strategy, 1978 Organizational Size and Organizational Performance). בקצרה – המגן – שומר על השוק שלו ומתמקד במה שהוא עושה טוב. היזם – מחפש, מוצא ומפתח את הדבר הבא. האנליסט – מנתח לאן הרוח נושבת, ובמקרים רבים מגיע לשוק החדש במעט איחור. המגיב – פועל בהתאם למה שקורה בשטח, גם השטח המקומי שלו, וגם בשטחים אחרים. המבנה הארגוני של החברות, כמו כן תרבותן, משפיע רבות על האופי האסטרטגי של החברה.

עד כה, פעם אחר פעם הפילוסופיה שהנחתי לפניכם לעיל, לא רק שלא איכזבה, אלא הניבה פירות, בהיעדר מילת תיאור טובה יותר, עסיסיים).

ישנן מספר הנחות יסוד אשר אותן תמיד יש לקחת בחשבון.

- 1) אני עיוור – התמונה שאני רואה מטושטשת, חלקית, לא ברורה, או נוסך בה מידה רבה של עלטה. על כן יש לקבל כיווני הסתכלות רבים ככל שניתן ("Do you believe me or your lying eyes?" – גראווא מארקס). לשמור על קשרים, להקשיב ולראות מה ה"boots on the ground" מדווחים. ללכת ולראות איך דברים נראים במקומות אחרים ובחתי אוקלוסיה שונים. מה שנראה משם לא תמיד נראה מפה.
- 2) אני מנותק. אני לא מחובר לתהליכים האמיתיים הקורים. על כן תמיד יש לחפש קשרים חדשים ואנשים חדשים ללמוד בהן. להסתובב בכל חתכי האוכלוסיה ולהקדיש לכולם, את אותה מידת הקשבה ונכונות למידה.
- 3) אני טיפש. הנחה היא כי המסקנות אותן אני מקבל משטף המידע הן שגויות. ועל כן יש להצליב רעיונות ולשמע מגוון רחב ביותר של דעות, גם של אלה שאנו רוצים להקשיב להם, וגם אלו שלא.

4) אני טועה. גם כשבטוחים לחלוטין, קיים 0.0001% שאתה טועה. ולכן תמיד יש להתכונן נפשית לבלתי נודע. והדרך הטובה ביותר היא לעולם לא להיות מקובע בדעה. גמישות ורפלקסים, הם ההגנה הכי טובה כדי לקפוץ חזרה.

תרחיש ראשון – זינוק קדימה

המאה ה-21 נפתחה בעידן הדיגיטלי, אשר יצרה חיה אסטרטגית חדשה, אשר היא עליונה מבחינה אבולוציונית. אנחנו נמצאים בעידן הדרקונים, אשר חברות מסוימות פיתחו יכולות בעלות אופי כמעט מיסטי, ומאכלסות יחדיו את כל צורות האופי אשר עד המאה הקודמת היו נפרדות. היכולת שלהן להשתלט על נתח שוק בצורה אבסולוטית, תוך כדי ריסוק מתחרות הפולשות לתחומן כולל בתוכו את יכולתיו של המגן, היזם - פיתוח טכנולוגיה חדשנית ופורצת דרך, הדבר הגדול הבא, תוך כדי לקיחת והכלת סיכונים. האנליסט - ניתוח תהליכים והיערכות מותאמת לשינויים. המגיב – "לערוף ראשים" על ידי רכישת המתחרה החדשה, או פיתוח טכנולוגי מתחרה. כמובן אנחנו מדברים על ענקיות הטכנולוגיה, בפרט אמזון, אפל, מייקרוסופט, פייסבוק, טנסנט, וואווי, עלי באבא ועוד... היכולת שלהן להכנס לכל תחום אשר הולך ומקיף אותנו (טכנולוגיה דיגיטלית), ונכונותן להמשיך לצמוח תוך כדי רעב מתמשך להגדלת רווחיותן. תוך כדי שאיבת השראה מהמבנה האסטרטגי של הקאייבולים (is a large industrial conglomerate that is run and controlled by an owner or family in South Korea. A chaebol often consists of many diversified affiliates, controlled by an owner whose power over the group often exceeds legal authority. The term is (often used in a context similar to that of the English word "conglomerate").

הקאייבולים הקוריאנים בנויים על מודל בו עובד של סמונג נוהג ברכב שיוצר במפעל בבעלות סמונג, קנה בית שנבנה על ידי חברת בנייה שבבעלות סמונג, וקונה בסופר שבבעלות סמונג. ובאותו האופן, זהו החלום של כל אזרח קוריאני, לעבוד באחת החברות הללו ולחיות בשכונה בסגנון ה"גאנגאם" (זה המשמעות של גאנגאם סטייל). בין הקאייבולים הקוריאנים לענקיות הטכנולוגיה יש מספר הבדלים עיקריים. הקאייבולים מתקמדים בשוק המקומי בעיקר, בעוד שהתאגידים הגדולים מביאים עימם אופי קולוניאליסטי כאשר הן מתפשטות וחודרות לכל מקום בעולם. וזה פותח את אחד הפתרונות המרתקים לאנושות (על כך נדבר בהמשך). היכולת של ענקיות הטכנולוגיה, ליישם את זרם המידע השוטף, גמישותן ונכונותן לטעות, היכולת שלהן לפרוץ לכל מדינה בכדור הארץ מהווה עבורן מקור כוח אשר לא נראה בהיסטוריה האנושית. בהיסטוריה האנושית קרה לא מעט בהן דמויות (קראסוס, יעקוב פוגר, רוקפלר) או חברות (כגון: Dutch East India Company, Mississippi Company, South Sea Company) הצליחו להשתלט על מרחבים רבים ומגוונים בחיי היום היום של האנושות. ואנחנו שוב, כמנהג ההמון, שוחכים את ההיסטוריה כקולקטיב, ולא לומדים את השיעורים האכזריים שלה (ועל כך נדבר בתרחיש אחר) המאה הזאת מחזיקה ג'וקר חדש, אשר עלול לשבור את הגלגל המחזורי ולהוביל את העולם לנתיב חדש.

טעות יהיה להסתמך תמיד על מקרי עבר שיחזרו על עצמן (בנג'מין גרהאם – המשקיע הנבון, בהקשר שבו אין להסתמך על כך שמשוהו שעבד תמיד עד כה בהכרח יעבוד שוב), ובמקרה שלנו, היו מקרים רבים בהן ממשלות ומדינות פירקו חברות אשר צמחו למימדים עצומים מדי. הדבר נעשה בדרך כלל בהשפעת ההמון (פייסבוק לדוגמה בחמשת השנים האחרונות נמצאת תחת לחץ רב), אך בפעם הראשונה בהיסטוריה חברו הקרוב ביותר של האדם אינו אדם אחר, או אף חיית המחמד שלו. החבר הקרוב ביותר של האדם, בו הוא תלוי יותר מכל הוא מכשיר השייך לאחד מהחברות שלעיל, ותלותו בשלל המוצרים אותן הם מציעות. הדבר מאפשר צינור ישיר לחברות הללו אל כל אחד ואחת באוכלוסייה, לחזק את תלותן בחברות ולהשפיע על תודעתן. פעם אחר פעם אנו רואים כי האוכלוסייה, כולל הנהגת הארגונים הללו לא מבינה עד הסוף את מה שנמצא להן בידיים, ולעיתים רבות האוכלוסייה מגיבה באיחור רב מדי, או כבר אינה מגיבה כלל, מאחר והתרגלה לסטטוס קוו חדש. המערכת הרגולטורית אינה מבינה במקרים רבים בכלל דבר על מה שהם מפקחים (כדוגמת שימועי הסנאט שהתבצעו לענקיות הטכנולוגיה, בהן הציגו פוליטיקאים בורות מחרידה) ועל כן יהיה שגוי להניח כי אם החברות הללו ימשיכו לצמוח הן יפורקו. חלקן מחזיקות כוח וכסף רב משל ממשלות רבות. הן מראות פעם אחר פעם את היכולת שלהן להמציא את עצמן מחדש וכמו כן גם הנכונות להכנס לתחומים שעד לא מזמן נראו לא רלוונטיים כלל לחברות הללו (מייקרוסופט בענן, אמזון בתעשיית המזון, אפל בסטרימינג ומוזיקה). התרחיש הדיסטופיאני המתאר את העולם בסוף המאה ה-21 כנשלט על ידי תאגידי ענק אפשרי לחלוטין. בעולם בו הפאבים אליהם האדם הפשוט הולך אליו כבר נמצאות בבעלות של קבוצות רכישה, אין מן הנמנע שעל אותן קבוצות יתשלטו תאגידיים (לדוגמה Woolworths ו ALH), שעל תאגידיים אלה ישתלטו

חברות הטכנולוגיה (כדוגמת Amazon | whole foods) אשר מחזיקות באמתחתן די והותר מזומן לכסות את מחויבותין הפיננסיות (חובות) ולהשתלט בת בבת על תאגידים רבים. הזינוק קדימה, אם יתבצע, יתרחש בעשור הקרוב, כשהשיא שלו יקרה כנראה בסיבובת 2030. משבר הקורונה, זירז את התהליך במעט, אך לא משנה את טיבו. העולם חווה מעין חגיגת עושר תוך כדי משבר בחתכים רבים באוכלוסיה להתאקלם אל העולם החדש (וגם על כן ישנו תרחיש שלם). ההתפרקות הכלכלית תפתח עבור החברות הללו שלל הזדמנויות חדשות. במידה ויהיה משבר נדל"ן, הן יוכלו להשתלט על הענף, על מנת להציע הטבות נוספות לקהל העובדים שלהן, או להכיל אל תוכן תחום חדש לחלוטין כדוגמת הקייאבולים הקוריאנים (גוגל כבר ניסתה לבנות שכונה חכמה בקנדה. העניין טורפד לאחרונה בשל משבר הקורונה, אך כפי שהענקיות מראות פעם אחר פעם, הן זורקות את התוכניות למגירה, על מנת לשלוף אותן שוב בתזמון נכון).

האפשרויות האסטרטגיות הנמצאות בידי של האסטרטג

אפשרות א' - תכאיב לאויב איפה שכואב.

עסקים עם מצפון – זוהי מילת המפתח של המאה הנוכחית. יש להבין תחילה כי כסף הינו מהווה הבעה תודה על שירות אותו אנו צורכים מאדם אחר (כאשר תג המחיר מהווה את רמת ההכרה אשר החברה מוכנה לספק למוצר) באופן דמוקרטי. אנו מצביעים עם הכסף שלנו על מי שאנו מסכימים איתו. הנכונות של החברה לשלם יותר עבור שירות מסוים או לוותר על הצריכה שלו מתוך אידיאולוגיה מוסרית כלשהיא תכריח חברות ועסקים להתפתח לתוך הכיוון אליו האוכלוסיה רוצה לפנות. אפשרות זאת נותנת לציבור לבחור ולהשפיע ברמה יום יומית על תהליכים אשר בדרך כלל הוא רק משפיע תודעתית אחת לכל פעם בו הוא מצביע (במקרה של מדינת ישראל, 3 פעמים בשנה בשביל שום תוצאה). זהו כוחו של "הקפיטליזם", כסף הוא הכרת תודה של האוכלוסיה על השירות אותו ועל האופי בו הוא מתבצע. שקיפות היא שם המשחק. האזרח הפשוט, כמו בעל העסק יכול להשפיע באופן גורף. אנו כבר התחלנו לראות התהליך הזה מתבצע בו אנשים קונים "ביצי חופש", מוצרים מתכלים או יד שניה, או הפסקת צריכה של שירותים. התהליך הזה גם מתרחש בתאגיד הענק. הכוח נמצא בידי הלקוחות וגם בידי בעלי המניות (אשר מוביל אותנו לאפשרות האסטרטגית הבאה).

אפשרות ב' - אם אינך יכול לנצח אותם, הצטרף אליהם -

תחילה, העולם כיום מספק אפשרות ופתרון מעניין ביותר. כל אדם יכול להיות בעל עניין בחברה באמצעות כלי הנקרא "שוק המניות", "הבורסה". סטטיסטית, דווקא בעלי הניסיון המועט, או אלו בעלי יכולות פיננסיות נמוכות מחפשים דרכים "לעשות מכה" ולהתעשר במהרה. הם יוצאים להרפתקאות מסוכנות עם חברות קטנות. אך אם הציבור כולו היה לוקח על עצמו להיות בעל עניין בתאגידי הענק, היה הופך להיות כקולקטיב בעל שליטה אשר יכול להשפיע גם כבעל עניין על אופיים של התאגידים. הדבר הזה עודנו אפשרי. אך במידה ובה תתרחש זינוק כפי שאפשרי, בו לרכוש בעלות בחברות הללו יקפוץ הרחק אל מעבר ליכולתם הכלכלית של הציבור הרחב. אנו רואים תהליך זה כבר, ברכישה חוזרת של מניות על ידי החברה. אם בעבר חברות רבות יצרו מניות חדשות כאשר מחיריהן עלה על מנת לגייס הון חדש, אנו רואים מגמה הפוכה, בו תאגידי הענק מחזיקים בהון כה רב אשר הן רוכשות חזרה את מניותן, ובכך מעלות את מחירי המניות. על כן על אנשים בעלי הון קטן הזמן להצטרף לחגיגה הזאת על פי תרחיש זה הולך ואוזל. קיימים מספר כלים נוספים, כמו רכישה והשקעה בסלי מניות.

מבחינה עסקית זוהי אפשרות מעניינת במיוחד לכל עסק. דרך מצד אחד לפתח את ההון הקיים ברשותו ומנגד, להיות הבעלים של התחרות העלולה לפלוש אל מדינתו. כך אם עסק "מפסיד" לתחרות שלו, הוא עדיין באיזה שהוא אופן זוכה.

אפשרות ג' – תתחמש, תילחם –

כפי שתאגידי הענק מניחות אצבע על הדופק של כל לקוח, על הלקוחות להניח אצבע על הדופק של החברות, ולעקוב אחריהן ופעילויותיהן. לעזרתן החברות הינן נסחרות באופן ציבורי, ועל כן מידע רב גלוי לציבור. על האסטרטג ללמוד על העולם המשתנה ומתעצב, תוך כדי רכישת הכישורים והיכולות, אשר ישמשו אותך על מנת להבין ולהתחרות, או להיות אטרקטיבי לאותם תאגידים לרכוש או להעסיק. הדבר החשוב ביותר הוא לא להיות תלוי באיש מלבד עצמך, ועל כן על כל אדם להקנות לעצמו את היכולות והכלים על מנת להתמודד עם העולם שבחוץ. עליו להבין שמה שרלוונטי היום כבר יהיה פאסה מחר. החולשה הגדולה כאן היא שהאדם

ברובו יודע זאת, אך לא מבין זאת. אם הינך מבין את משמעות הדברים, מכה בך תחילה כיצד העולם ניצב נגדך. אנשים חזקים ממך ומנוסים ממך כבר יודעים את מה שאתה צריך לדעת, או יכולים להעסיק ולהתייעץ עם בעלי הידע. ההתחמשות השכלית ותודעתית נובעת מתוך ההכרה כי אינך יודע כמה מעט אתה יודע. על האסטרטג לזכות בריתות על מנת לפצות על המחסור בזמן וידע, ללמוד כמה שיותר, ובמיוחד מעט על כל דבר, כי הכל, אבל הכל מחובר. ההבנה הזאת מצויה בלב האסטרטגיה של ענקיות הטכנולוגיה, הן מבינות את המהפכה התודעתית שהאינטרנט יצרה. עד לא מזמן העולם היה מחובר בגשרים וכבישים, או כבלים חשמליים, וכיום ברשתות אלחוטיות. מי שכיום לומד תכנות מכיוון שהוא מאמין שזה המקצוע של העתיד אינו מבין כי זה המקצוע של האתמול, קרוב היום בו תוכניות בינה מלאכותיות יחליפו את עובדי המפעל החדשים, הם "מתכנתי ההי" טק" של היום, בדיוק באותו האופן בו מכונות החליפו את עובדי המפעל של אתמול.

על האדם להבין כי רובנו יצורים בינוניים, וכמו כל מערכת אשר מיוצרת על ידי הקולקטיב, שאיפתה לשמר את המצב הקיים, מאחר ושינויים הם דבר מפחיד. אנו רואים הפגנות לפני שמפעל עומד להיסגר, אך הציבור אינו מפגין בשביל להקים מפעל שעוד לא קיים. נתיב יציאתו של האדם מן העמידה במקום, שהיא בעצמה הליכה לאחור, הוא בשעטה קדימה, ולהבין שאם אין אני לי, אין אף אחד. לשאול מי לי? הוא בעצמו בזבז של זמן. על כל האוכלוסיה ללמוד את מקצועות המחר, וללמוד כמה שניתן מניסיון של אחרים.

בעלי העסקים כולם חייבים כאחד להתכונן נפשית שמחר העולם יתהפך, ועל כן הסתגלות היא מילת המפתח. עולם העסקים הוא ג'ונגל מבטון, וחוקי הטבע רלוונטים גם אליו. עסק הוא יצור אבולוציוני, אשר יכול להסתגל תמיד למצב הקיים, או להפוך למעין זן פולש, ולשנות את המצב הקיים, או שיפלוש לשטח שלו. עצם היכולת שלך להילחם עלולה להרתיע ולהביא אפשרויות מעניינות (כמו הצעות רכישה), אך מנגד אפשרות לפגוע חזרה בתאגיד המנסה את כוח הזרוע. בעודני שונא את המונח "סטארט אפ" – זהו עסק שעוד לא הניב רווח המונע על ידי "תרומות" של משקיעים – הכלי החזק ביותר העומד לרשותן הוא היכולת שלהן לאיים על התאגידים במידה והן ינסו להתערב בשוק שלו. על כן עסק כיום חייב לסגל לעצמו את אותו מבנה אסטרטגי של הדרקונים, ולהיות מסוגל להגיב במתקפות נגד ולהכאיב לתחרות שלו.

אפשרות ד' – כוח במספרים -השתמש ורענן את הכלים העומדים כבר לשרותך.

פה האסטרטג מבין שעליו לרענן בכל רגע נתון את הכלים הנמצאים באמתחתו וגם באפשרותו להשתמש בכלים שעודנם רלוונטיים. הוא יכול להתאחד יחד עם בעלי ברית, להשפיע על סביבתו האישית. האסטרטג יכול להשפיע ברמה המדינית חברתית, כאשר יכולתו לדרוש מן החברה מתעצמת ככל שהוא דורש דברים מעצמו. שינוי התודעה, וחימוש הסביבה מרימה את יכולתו של להתאחד ולשנות את המצב הקיים.

היכולת של הציבור במדינות שונות כרוך מתוך המצב הקיים. לדוגמא אזרחי מדינה יכולים להעביר חוק בו מדינה יכולה ליצור סלי מניות בבעלות המדינה אשר תרכוש ממניות חברה חדשה הנכנסת למדינה שלה, או לדרוש הנפקה של מניות עבורה. האפשרויות הינן רבות ומגוונות, ונוגעות כבר לאפשרויות טקטיות.

דוגמא זו באה להמחיש כי ניתן לשחק את המשחק לפי החוקים הקיימים, וליצור באמצעותן חוקים חדשים. החברות הגדולות מנצלות את העובדה כי כל תחום שהוא חדש אינו נכנס תחת איזה שהיא רגולציה, והן משתמשות בכך כדי ליצור חוקי משחק חדשים. חלקן משתמשות בכך על מנת להצביע בצורה בלתי עקיפה לפי צו מצפונה (סירובה של אפל לעזור לגורמי ביון אמריקאים בפריצה למכשירים שפותחו על ידה). "או שפוליטיקאים מעולם לא לקחו שיעור בכלכלה, או שהם בונים על כך שאתה לא למדת כלכלה" (ג'יי ברמן). הנהגה של עם משקפת את העם עצמו, וכך גם הכלכלה שלה. על האסטרטג לרתום לידיו את ההבנה כי ביכולתו לעצב את הסביבה שלו כמו שהיא עיצבה ומעצבת אותו. מינוף ההבנה לכדי עשייה הינו הכלי המשמעותי ביותר העומד לרשותו במצב זה.

על בעלי עסקים להבין כי הכלכלה וכל תעשייה מושפעת באופן ישיר על ידי הפוליטיקה במדינה, ועל כן עליו להכיר ולהבין את הסביבה בה הוא נמצא.

אפשרות ה' – יהיה בסדר –

מה שאתה לא יכול לשלוט בו, אל תדאג ממנו. תתרכז בכל יום, ותשקיע מעט במחר, כי מחר עלול לא להגיע.

אך אסור לאסטרטג להגזים בדרך זאת, מכיוון שפילוסופיה זאת יכולה להיות הרסנית.

אדם יכול להחליט גם שהוא לא יכול ולא רוצה לתכנן קדימה, שהוא רוצה לעשות את רק את מה שהוא אוהב או שקל. זוהי פילוסופיה של איש אשר לא נאלץ לשרוד. בטבע בעלי חיים לא יכולים להרשות לעצמם לחיות לפי הפילוסופיה הזאת. הם מתכננים לתקופות קשות, אוגרים מזון לחורף "Preparing for a rainy day".

ולמשקיע, איש העסקים או השכיר. אתה רוצה להנתהל באופן שיאפשר לך לשרוד בצורה הטובה ביותר, ועל כן עליך לחיות תוך ההבנה שמקור הקיום שלך עלול להיות תחת איום תמידי של פולש עסקי ודורסני (תאגיד ענק, או פיתוח טכנולוגי), מלחמה (תרחיש אחר), שינויים פוליטיים או דמוגרפיים (תרחיש ג') ועוד...

על כל אסטרטג לתת דרור ליצר ההישרדות שלו, ולהבין שהסביבה שלו תמיד תשתנה ומחר עלולה להכות קטטרופה חדשה. מי שמתעורר לבוקר של משבר כלכלי ואינו מוכן לכך נפשית, כנראה שכח מהמשבר הקודם. ומכאן הכלי הטוב ביותר העומד לרשות האסטרטג, שום דבר לא ודאי, אז תהיה מוכן לכך, שלא תהיה מוכן, ותנצל כל משבר או שינוי, להיות מוכן לשינוי הבא.