

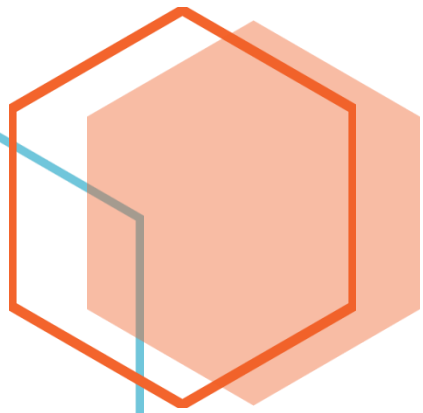


[Enzo Ferrari]

[Włochy]

“ W biznesie osoba musi być wyczulona na potrzeby rynku,
aby realizować swoją prawdziwą misję.”

..





Doświadczenie osoby

Ferrari was born in 1898 and grew up with little formal education. At the age of 10, he witnessed Felice Nazzaro's win in Bologna that inspired him to become a racing driver.

Ferrari urodziło się w 1898 roku i dorastało z niewielkim wykształceniem formalnym. W wieku 10 lat był świadkiem zwycięstwa Felice Nazzaro w Bolonii, które zainspirowało go do zostania kierowcą wyścigowym.

Wstęp

Enzo Ferrari był włoskim kierowcą wyścigowym i przedsiębiorcą, założycielem zespołu Scuderia Ferrari Grand Prix, a następnie marki samochodowej Ferrari.

Pierwsze kroki w przedsiębiorczości i napotkane trudności

W 1920 r. Ferrari dołączył do działu wyścigów Alfy Romeo jako kierowca, a później budował samochody wyścigowe dla firmy. W 1929 r. założył zespół "Scuderia Ferrari". Po nieporozumieniach z kierownictwem Alfy, Ferrari odszedł z firmy w 1939 roku i założył Auto-Avio Costruzioni, firmę zaopatrującą inne zespoły wyścigowe i samoloty w akcesoria. W czasie II wojny światowej jego fabryka została zbombardowana. Po zakończeniu konfliktu postanowił rozpocząć produkcję samochodów noszących jego imię i w 1947 roku założył Ferrari S.p.A.

Jak i dlaczego osoba odniosła sukces, jakie wyciągnęła wnioski

Aby sponsorować swój zespół wyścigowy "Scuderia Ferrari", Enzo Ferrari produkował samochody drogowe, a także narzędzia i akcesoria lotnicze. Regularnie publikował również w magazynie "Autosprint", aby zwiększyć zasięg i rozgłos w sporcie motorowym. W 1969 r. Fiat przejął 50% udziałów w Ferrari, ale z umową, że Enzo będzie w 100% kontrolował działalność wyścigową.

Obecna sytuacja i wskazówki dotyczące sukcesu

W 2014 roku Ferrari zostało ocenione przez Brand Finance jako najpotężniejsza marka na świecie. Samochody Ferrari są powszechnie postrzegane jako symbol prędkości, bogactwa i luksusu. Chociaż samochody drogowe Ferrari są dziś znane na całym świecie, zaczęły jeździć po to, by sponsorować jego pasję, czyli zespół wyścigowy

Podsumowanie

W biznesie, osoba musi być wyczulona na potrzeby rynku, aby zrealizować swoją prawdziwą misję.