

Evanghelizare

Dușmanii noștri sunt furnizori de platforme care concurează cu platformele noastre.

Fiecare linie de cod care este scrisă în baza standardelor noastre este o mică victorie, fiecare linie de cod care este scrisă conform oricărui alt standard reprezintă o mică înfrângere. Victoria totală, pentru DRG (Developer Relations Group), este adoptarea universală a standardelor noastre de către dezvoltatori, acesta fiind un pas important spre victoria totală a înșurii Microsoft: "Un computer pe fiecare birou și în fiecare casă, care rulează software Microsoft".

Armele noastre sunt psihologice, economice și politice.

Promovează succesul platformelor Microsoft, constituind o masă critică de aplicații software și soluții de business create de terțe părți (dezvoltatori independenți).

Arta evanghelizării se referă la creșterea masei de aplicații și soluții de business care susțin platformele noastre, până la atingerea punctului critic.

Anumii dezvoltatori (și aplicațiile acestora) sunt mai importanți pentru succesul unei platforme decât alții. Aceștia reprezintă culmile câmpului de batalie.

Succesul evanghelizării se măsoară în masa de aplicații de pe piață care susțin platformele Microsoft. Acele aplicații care susțin o anumită platformă îi asigură apropierea de masă critică și pot fi considerate succese; acele care susțin o platformă concurentă, o îndepărtează de masă critică și reprezintă înfrângeri.

"Un calculator pe fiecare birou și în fiecare casă, rulând software Microsoft."

"Evanghelizarea este arta și știința de a determina pe dezvoltatori să creeze produse care susțin platformele Microsoft."

Microsoft plătește salariile noastre
Microsoft ne oferă acțiuni la preț preferențial
Microsoft plătește cheltuielile noastre
Suntem aici pentru a ajuta Microsoft!

Îi ajutam pe acei care ne ajută.
Dacă aceștia nu pot, sau nu vor

- La naiba cu ei!
- Îi ajutam pe competitorii lor

Ce va determina inamicul să renunțe?

- Lipsa sprijinului
- Umilirea publică
- Randament scăzut al investițiilor

Jihadul este o calatorie in care evanghelistul viziteaza un numar mare de dezvoltatori, pentru a-i convinge, unul cate unul, sa faca anumite lucruri.

Un Jihadist este focalizat ... nu sa promita ca va reveni, nu sa spuna ca va discuta situatia cu sotia, nu sa motiveze ca urmeaza trei zile de concediu, ci sa il determine pe ISV sa semneze.

Evanghelistizarea ar trebui să evite atacurile formale, frontale, concentrându-și eforturile pe tactici de tip “lovește și fugi”.

O funcție-cheie a evanghelistizării în timpul *Slog*-ului o constituie munca din spatele scenei, pentru a orchestra glorificarea ”independentă” a tehnologiei noastre și de a o condamna pe cea a inamicului. Rapoarte ale analiștilor ”independenți” ar trebui să fie emise, laudând tehnologia noastră și criticând concurenții (sau ignorându-i). Consultanți “independenți” ar trebui să scrie articole, să organizeze prezentări de conferințe și dezbateri dirijate, moderate toate în numele nostru (și să îi declarăm ca experți în noua tehnologie, disponibili doar pentru 200\$ pe oră). Surse academice “independente” ar trebui să fie cultivate și citate (și să li se acorde bani pentru cercetare). Furnizori ”independenți” de software educațional ar trebui să înceapă să profite de implicarea lor timpurie în tehnologia noastră. Fiecare parghie posibilă ar trebui să fie căutată și utilizată în avantajul nostru.

O dezbateră dirijată, pe de altă parte, este ca un pachet stratificat: este dotată cu oameni care, aparent, ar trebui să fie neutri, dar care sunt de fapt suporteri puternici ai tehnologiei noastre. Cheia pentru a o dezbateră este să poți alege moderatorul. Cei mai mulți organizatori de conferințe permit moderatorului să selecteze participanții, deci, dacă aveți posibilitatea să alegeți moderatorul, ați câștigat. Din moment ce nu vă puteți aștepta ca reprezentanții concurenților noștri să vorbească în numele dumneavoastră, trebuie să faceți ca moderatorul să fie de acord ca, la masa de discuții, să fie doar “ISV-uri independente”.

...aceasta ne permite să aranjăm dezbateră cu ISV-uri care susțin cauza noastră. Astfel, dezbateră “independentă” se termină spunând publicului că tehnologia noastră le întrece pe altele. Apelați la presă pentru a înfățișa această dezbateră și ați obținut o victorie majoră.

Găsirea unui moderator este punctul-cheie în inițierea unei dezbateri. Cele mai bune surse de moderatori maleabili sunt:

- Analiștii: Analiștii se vând – acesta este modelul lor de business. Dar sunt foarte preocupați de a nu arăta vreodată că ar fi de vânzare, ceea ce face să fie dificil să colaborezi cu ei.
- Consultanții: Tipii aceștia sunt cei mai indicați ca moderatori. Atrage repede un consultant binecunoscut de partea ta, dar nu-l lăsa să publice nimic ostentativ pro-Microsoft. Apoi determină-l să se propună el însuși organizatorilor de conferințe ca moderator, ori de câte ori o apare oportunitate de dezbateră. Din moment ce este binecunoscut, dar aparent independent, va fi acceptat...

Colectarea de informații privind activitățile inamicilor este critică pentru succesul *Slog*-ului. Avem nevoie să știm cine sunt aliații lor și ce diferențe există între acestea și aliații lor (există întotdeauna surse de tensiune între aliați), astfel încât să putem găsi modalități de a-i separa.

Citirea presei comerciale, spionarea pe grupurile de știri, participarea la conferințe și (mai ales) conversația cu ISV-urile sunt esențiale pentru colectarea acestor informații.

Curatenia finală poate fi foarte distractivă. În această fază, scopul evanghelizării este de a înfringe ultimul cui în sicriul tehnologiei concurente, și de a-l îngropa în adâncul incandescent al pamantului.

Finalizați eșecul total al tehnologiei concurente, înscriindu-l în mitologia industriei calculatoarelor. Dorim să aplicăm presiune pe acele companii sau indivizi care manifestă o slăbiciune genetică pentru tehnologiile concurente, pentru a crește în timp rezistența industriei la astfel de tensiuni periculoase.

... victoria finală este atinsă doar când echipa tehnologiei concurente este destrămată, birourile sunt folosite la altceva, specialiștii în marketing sunt promovați etc. Ați câștigat totul, în sfârșit, atunci când ei se prezintă la interviul de angajare la Microsoft.