

ابزارهای مدیریت

«راهنمایی برای مدیران اجرایی»

نویسنده: دارل ک. رگبی



BAIN & COMPANY

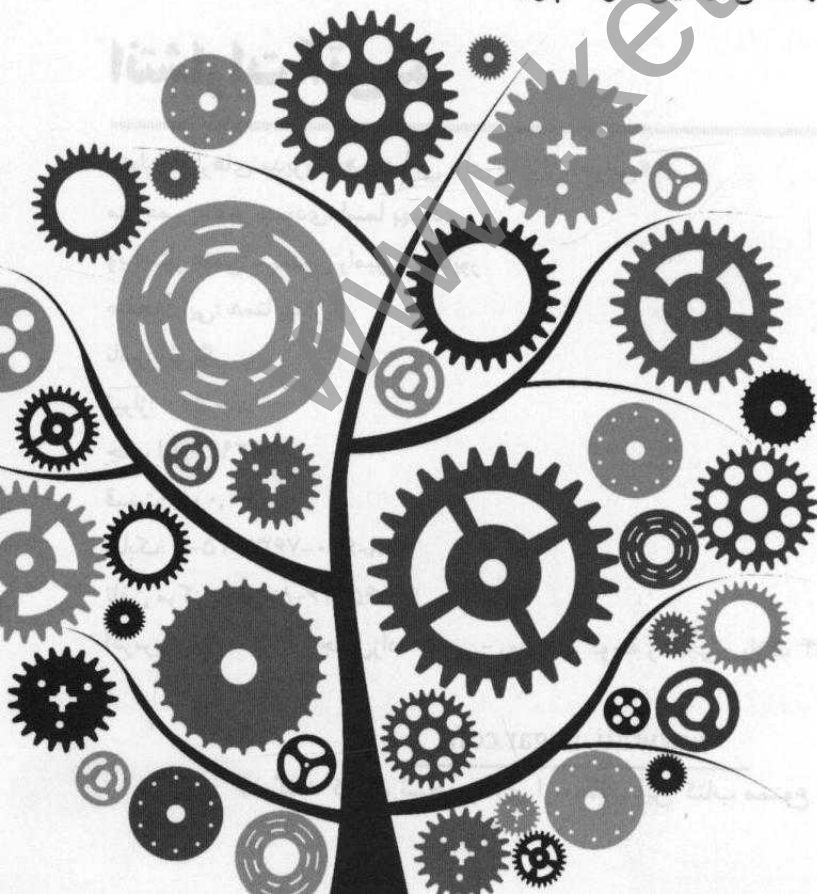
2015

مترجمین:

امیر بهبودی

اسما بهبودی

ویراستار علمی: مهندس رامین مولاناپور



سرشناسه :	ریگبی، دارل کی. Rigby, Darrell K.
عنوان و نام پدیدآور :	ابزارهای مدیریت: «راهنمایی برای مدیران اجرایی»/نویسنده دارل ک. ریگبی؛ مترجمین امیر بهبودی، اسما بهبودی؛ ویراستار علمی رامین مولاناپور؛ تهران: آتی نگر، ۱۳۹۴.
مشخصات نشر :	۹۶ ص.
مشخصات ظاهری :	۶۰۰۰ ریال : ۵-۳۵-۷۶۳۱-۶۰۰-۹۷۸
شابک :	فیفا
وضعیت فهرست نویسی :	عنوان اصلی: Management TOOLS 2015 an executive's guide.
یادداشت :	ویراست قبلی کتاب حاضر قبلاً تحت عنوان «ابزارهای مدیریتی» با ترجمه شادی گلچین فر و امیر بختایی توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال ۱۳۸۸ نیز منتشر شده است.
یادداشت :	ابزارهای مدیریتی.
عنوان دیگر :	مدیریت
موضوع :	بهبودی، امیر، ۱۳۷۰ - مترجم
شناسه افزوده :	بهبودی، اسما، ۱۳۷۲ - مترجم
شناسه افزوده :	مولاناپور، رامین، ۱۳۵۲ - ویراستار
شناسه افزوده :	۱۳۹۴ الف ۲/۹۳/HD۳۱
رده بندی کنگره :	۶۵۸
رده بندی دیویی :	۴۰۱۸۴۸۵
شماره کتابشناسی ملی :	



انتشارات آتی نگر

عنوان: ابزارهای مدیریت «راهنمایی برای مدیران اجرایی»

مترجمین: امیر بهبودی، اسما بهبودی

ویراستار علمی: مهندس رامین مولاناپور

صفحه آرایی: همتا بیداریان

ناشر: آتی نگر

تیراژ: ۵۰۰ جلد

چاپ اول: ۱۳۹۴

قیمت: ۶۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۵-۳۵-۷۶۳۱-۶۰۰-۹۷۸

تلفن مرکز پخش: ۸-۶۶۵۶۵۳۳۶

آدرس: تهران- خیابان جمالزاده جنوبی- روبه روی کوچه رشتچی- پلاک ۱۴۴- واحد ۲

www.ati-negar.com

(هرگونه کپی و نسخه برداری از مطالب این کتاب ممنوع می باشد).

پیشتاز

در دهه‌های اخیر، ابزارهای مدیریتی یکی از رایج‌ترین بخش‌های زندگی مدیران شده است. این ابزارها به دنبال افزایش درآمدها، نوآوری، بهبود کیفیت، افزایش کارایی‌ها یا برنامه‌ریزی برای آینده هستند و مدیران اجرایی به دنبال کمک گرفتن از آنها می‌باشند. محیط کنونی جهانی‌شدن، پیشرفت‌های مستمر فناوریانه و تلاطم اقتصادی موجب افزایش چالش‌های مدیران شده و یافتن ابزارهای مناسب برای رویارویی با این چالش‌ها به عنوان یک نیاز مطرح است.

برای نائل آمدن به این مقصود، مدیران باید بیش از پیش دانشی داشته باشند تا بتوانند موارد ممکن انتخابی را اولویت‌بندی کرده و متناسب‌ترین ابزارهای مدیریتی را برای سازمان‌هایشان انتخاب کنند. فرآیند انتخاب ابزارها، خود می‌تواند به مانند قضایای مربوط به کسب‌وکار پیچیده بوده و نیازمند حل شدن باشد. مدیران باید ابزارهایی را انتخاب کنند که در تصمیم‌گیری‌های تجاری، بهترین یاری‌کننده برای دستیابی به فرآیندها، محصولات و خدمات و همچنین ارائه بهترین عملکرد و سود باشند.

پیش‌زمینه استفاده موفق از ابزارها تشخیص نقاط درد و قوت هر یک و همچنین توانایی به وجود آوردن ترکیب درستی از ابزارها، در مسیر درست، در زمان درست است. مهم کشف راه‌حل ساده نیست، یادگیری انتخاب کدام سازوکار و چگونگی استفاده در زمان مناسب است که اهمیت دارد. در نبود داده‌های هدفمند، توسل بی‌پایه و اساس به استفاده از ابزارهای مدیریتی، انتخاب

و استفاده از آن‌ها را یک بازی خطرناک احتمالی می‌کند. در راستای کمک به مدیران دانشی برای استفاده از ابزارهای مدیریتی در دسترس، شرکت بین و کمپانی^۱ یک پروژه تحقیقاتی چند لایه‌ای را از سال ۱۹۹۳ شروع کرده که واقعیت‌های کاربری و عملکردی این ابزارها را جمع‌آوری کند. هدف مهیاسازی مدیران با استفاده از این موارد است:

- ✓ فهم چگونگی مقایسه انتظارات رایج از این ابزارها و نتایج استفاده از آن‌ها با سازمان‌های دیگر موجود در صنایع و در سراسر جهان؛
- ✓ اطلاعاتی که آن‌ها برای شناسایی، انتخاب، پیاده‌سازی و یکپارچه‌سازی بهینه ابزارها برای بهبود عملکرد سازمانی نیاز دارند.

هر سال یا هر دو سال یکبار از سال ۱۹۹۳، پژوهشی را برای شناسایی ۲۵ مورد از محبوب‌ترین و مناسب‌ترین ابزارهای مدیریتی انجام داده‌ایم. در این راهنما، ابزارها و نحوه استفاده از آن‌ها را تعریف کرده‌ایم. از طریق پژوهش خود، گستره‌ای را تعیین کرده‌ایم که هر ابزار می‌تواند به کار گرفته شود و میزان موفقیت آن را مشخص کرده‌ایم. هم‌چنین مصاحبه‌های یک به یکی را برای یادگیری درباره شرایطی ترتیب داده‌ایم که در آن نتایج مطلوب‌ترین شرایط حاصل می‌شود.

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار
۹	کارت امتیازی متوازن
۱۲	بهینه‌کاوی
۱۵	تحلیل داده‌های انبوه
۱۹	مهندسی مجدد فرآیندهای کسب‌وکار
۲۲	برنامه‌های مدیریت تغییر
۲۵	کاهش پیچیدگی
۲۸	شایستگی‌های کلیدی
۳۲	مدیریت ارتباط با مشتری
۳۶	بخش‌بندی مشتریان
۳۹	تحولات دیجیتال
۴۲	آزمایشگاه‌های نوآوری اخلاق‌گر
۴۶	ابزارهای صحیح تصمیم‌گیری

۵۰	کوچک‌سازی
۵۳	تحقیقات درباره تعهد کارکنان
۵۶	ادغام‌ها و تملک‌ها
۵۹	بیانیه رسالت و چشم‌انداز
۶۲	نوآوری باز
۶۵	برون‌سپاری
۶۸	مدل‌های بهینه‌سازی قیمت‌گذاری
۷۱	مدیریت رضایت‌مندی و وفاداری
۷۵	برنامه‌ریزی اقتضایی و سناریو
۷۹	برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی
۸۲	اتحادهای استراتژیک
۸۵	برنامه‌ریزی استراتژیک
۸۸	مدیریت زنجیره تأمین
۹۱	مدیریت کیفیت جامع
۹۴	بودجه‌بندی بر مبنای صفر