

یادداشت‌هایی برای موفقیت در کسب و کار

دکتر محمود محمدیان

(عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

حسین یاغچی

ثروت‌مندان
خودساخته

سرشناسه :	محمدیان، محمود، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام پدیدآور :	یادداشت‌هایی برای موفقیت در کسب و کار / محمود محمدیان، حسین یاغچی.
مشخصات نشر :	تهران: نگاه نوین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری :	۱۲۴ ص.
شابک :	۱۵۰۰۰ ریال : ۳-۰۲-۸۹۱۳-۶۰۰-۹۷۸
موضوع :	موفقیت در کسب و کار
موضوع :	Success in business
موضوع :	موفقیت در کسب و کار—جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع :	Success in business—Psychological aspects
نمونه افقی :	یاغچی، حسین، ۱۳۶۱ -
رده بندی کتبی :	۱۳۹۶ ی ۳/م ۳۸۶/۴۵۲۸۶
رده بندی دیویدی :	۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی :	۴۹۹۱۴۸۰

یادداشت‌هایی برای موفقیت در کسب و کار

نویسندگان: دکتر محمود محمدیان، حسین یاغچی

انتشارات: نگاه نوین

(مجموعه کتاب‌های ثروتمندان خودساخته)

تلفن: ۸۶۰۲۳۷۱۱

شابک: 978-600-8913-02-3

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۶

چاپ و صحافی: نینوا / قم ۳۷۲۳۲۵۲۱-۰۲۵

قیمت: ۱۵ هزار تومان

فهرست

۷	مقدمه
۱۱	قدرت اثرگذاری ما بر سرنوشت مان
۱۵	سن مناسب برای شروع یک کسب و کار مستقل
۱۹	نزدانگیختگی
۲۵	دیدن از تفکرات گذشته
۲۹	تأثیر محدود افراد بر موفقیت های فرد
۳۵	مدل سارن، موفقیت شغلی
۳۹	یادگیری بی رده
۴۳	تفکر عمیق به کسب و کار
۴۹	کار تیمی؛ افراد گنجشک روزی و افراد نهنگ روزی
۵۵	دانش هایی که یک کارآفرین نیاز دارد
۶۱	تشکیل تیم مکمل حرفه ای
۶۷	مسئولیت انسان در قبال اجتماع
۷۳	تقویت دانش و مهارت فروش
۷۹	پیگیری مطالبات
۸۵	سلامتی و موفقیت در کسب و کار
۹۱	سادگی
	مباحثه ی دکتر محمود محمدیان و حسین یاغچی در مورد
۹۷	نقاط ضعف و قوت کسب و کار ایرانی

مقدمه

در یادداشت‌هایی که می‌خوانید می‌خواهیم یکسری مفاهیم، روش‌ها و تکنیک‌هایی را مطرح کنیم که افراد بتوانند در کسب و کار یا در ارتباطات‌شان یا در سایر جنبه‌های زندگی با استفاده از این نکات، موفق‌تر عمل کنند.

این مباحث، هم حاصل مطالعه‌ی کتاب‌های مختلف بازاریابی است و هم حاصل مطالعه‌ی کتاب‌های مختلف علمی در حوزه‌ی موفقیت. علاوه بر این از گفتارهایی که شنیده‌ام یا خودم سخنرانی و تدریس کرده‌ام تبعات شده است. وقتی مبحث مدیریت عمر دکتر احمد روستا را در جلسه‌ی خلاقیت خواندم، احساس کردم نکات بسیار خوبی مطرح می‌شود که در قالب یک منطق القایی است و افراد می‌توانند آن را به روش‌های مختلف دسته‌بندی کنند و هرکسی از آن به‌شیئی که به فراخور حال خودش است، برداشت و بهره‌برداری کند.

آن نوشتارها منطق القایی داشت و در این نوشتارها منطق دیگری حاکم است که در فصل‌های بعدی به تشریح آن خواهم پرداخت. به نظرم اگر افراد، اصولی را که بر این نوشته‌ها حاکم است، به کار ببندند، می‌توانند در فعالیت

سازمانی و زندگی فردی خود موفق‌تر عمل کنند. همیشه با خودم فکر کرده‌ام مطالعه و گوش دادن و دانستن، یک چیز است و این که بتوانیم این‌ها را در زندگی کاری‌مان به کار ببریم، چیز دیگری است. در یکی از مطالب مجله‌ی خلاقیت دیدم که آقای یاغچی بخشی ایجاد کرده است به اسم «دفتر تمرین» که به خوانندگان خط ذهنی می‌دهد و می‌گوید حالا که مقاله‌ی یک شخص را خوانده‌اید و لذت هم برده‌اید، چه نکاتی را می‌توانید از آن استفاده کنید تا بخشی از زندگی خود را ارتقا دهید؟ به گمانم این سوال بسیار خوبی است.

بعضی‌ها هستند که وقتی به یک همایش می‌روند، بعد از همایش چند نکته بر اساس این پرسش محوری یادداشت کرده‌اند که در آن پرسیده می‌شود از نکاتی که آموخته‌ام چگونه می‌توانم استفاده کنم؟ کدام یک از این نکات به کار من می‌آید؟ این باعث می‌شود دانشی را که فرا گرفته‌ایم به نحوی کاربردی در کارمان اجرا کنیم. سالت مجله‌ی خلاقیت این است که می‌خواهد به خوانندگانش مادی‌گیری یاد بدهد و نمی‌خواهد صرفاً ماهی‌دهنده باشد و به این اساس به نظرم خوانندگان مجله جدای از خواندن مقالات و بخش دفتر تمرین باید با خودشان بسنجند که از هر مطلب چه نکته‌ای را برداشت می‌کنند. این رویه‌ای است که خود من بارها آن را اجرا کرده‌ام. به این صورت که وقتی در یک همایش بوده‌ام نکاتی را یادداشت کرده‌ام و بعد، با مرور نکات، بررسی کرده‌ام بدانم کدام‌ها را می‌توانم اجرایی کنم؟ به عبارت دیگر آن نکات را تبدیل به یک Action Plan یا برنامه‌ی اقدام

می‌کنم تا بتوانم یا یک عادت بدی را در خودم تغییر دهم یا یک عادت جدید را در خودم به وجود آورم.

از این جهت در شروع کار، علاقه‌مندم کسانی که مطالب را از فصل بعد می‌خوانند به این نتیجه برسند آن اصل یا تکنیکی که در این مقالات مطرح می‌شود به چه صورت قابلیت اجرایی دارد؟ ممکن است این تکنیک را برای یک شغل خاص بگویم؛ ولی چه خوب است که آن‌ها ببینند در شغل خودشان چگونه می‌توانند آن را اجرایی کنند؟ خواننده‌های ما نباید انتظار داشته باشند که یک نویسنده وقتی در مورد مقوله کسب‌وکار می‌نویسد، تنها راجع به کسب‌وکار آن‌ها صحبت کند. بلکه باید مترسند بن‌اشند که چگونه می‌توانند آن آموزه را در کسب‌وکار ایشان عملیاتی کنند. ممکن است در آینده از اصطلاحاتی نظیر اصول، فرضیه یا تکنیک استفاده کنیم. یادمان باشد که وقتی در حوزه‌های موفقیت یا بازاریابی از اصول نام می‌بریم، این‌ها ضرورتاً شبیه به اصولی نیست که در علوم انسانی و رشته‌های مختلف صحبت می‌شود و از پایه‌های محکم علمی برخوردار است. ما در این جا آمده‌ایم اصل را با کمی اغماض به کار می‌بریم. شاید از نظر بعضی و روش‌شناختی، خیلی از چیزهایی که در این مقوله اصل و نظریه گفته می‌شوند، نه اصل باشند و نه نظریه؛ ولی وقتی به خوانندگان می‌گوییم فلان نکته اصل است؛ در واقع داریم به یکسری از مفاهیم، چارچوبی علمی می‌دهیم که آن‌ها بتوانند از آن بهره‌برداری کنند. مباحث این کتاب را در همین چارچوبی که عرض شد، می‌توانید از فصل بعد، دنبال کنید.