

۱۵۴۷۹۸۱

به نام او که مدیر است و مدیر

۱۰۰ ابزار

کسب و کار موفق

ترجمه:

دکتر احمد روستا

مهندس شیوا تقی لو

سرشناسه

: کوردی، جرمی

Kourdi, Jeremy

عنوان و نام پدید آور : ۱۰۰ ابزار کسب و کار موفق / [جرمی کوردی] ؛ احمد روستا، شیوا تقی لو

مشخصات نشر : تهران، قلم همت، ۱۳۹۶

مشخصات ظاهری : ۲۵۲ ص، مصور، جدول، نمودار

شابک : 978-600-6602-59-2، ۲۲۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : عنوان اصلی: The 100 business tools you need to succeed, 2015.

عنوان گسترده : صد ابزار کسب و کار موفق

موضوع : موفقیت در کسب و کار

موضوع : Success in business

موضوع : قابلیت اجرایی

موضوع : Executive ability

شناسه افزوده : روستا، احمد، ۱۳۹۶، مترجم

شناسه افزوده : تقی لو، شیوا، ۱۳۹۵، مترجم

رده بندی کنگره : HF۶۸۳۵/ک۹ص۹۶۴ ۱۱

رده بندی دیویی : ۸۵۶/۹۰۴

شماره کتابشناسی ملی : ۳۳۶۴۹۷۴

نام کتاب: ۱۰۰ ابزار کسب و کار موفق

ناشر: قلم همت

مترجمان: دکتر احمد روستا - شیوا تقی لو

شمارگان: ۱۱۰۰

سال انتشار: ۱۳۹۶

صفحه آرا: مرضیه باقری

نوبت چاپ اول

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۰۲-۵۹-۲

مرکز فروش: خ انقلاب- ضلع جنوب شرقی میدان، پلاک ۲۱، کتابفروشی ملودی

تلفن: مشاوره جهت نشر: روشندل ۰۹۱۹۳۱۹۲۹۳۵

## فهرست مطالب

|         |                                                           |
|---------|-----------------------------------------------------------|
| ۱۱..... | فصل اول: رهبری و تغییر                                    |
| ۱۳..... | ۱. مدل رشد برای مربیگری                                   |
| ۱۵..... | ۲. توسعه رهبری بانفوذ و قاطعانه                           |
| ۱۸..... | ۳. داشتن چشم‌انداز                                        |
| ۲۰..... | ۴. متحلی تغییر                                            |
| ۲۱..... | ۵. کانال رهبری                                            |
| ۲۴..... | ۶. درگیری کارکنان و نظریه فاکتور                          |
| ۲۶..... | ۷. ۹ قاعده‌ی انگیزش                                       |
| ۲۸..... | ۸. رهبری موقعیتی (سبک‌های رهبری)                          |
| ۲۹..... | ۹. مدل جان وایت مور                                       |
| ۳۲..... | ۱۰. رهبری متمرکز بر اقدام                                 |
| ۳۴..... | ۱۱. شش گام تفویض اختیار                                   |
| ۳۶..... | ۱۲. فرایند هشت مرحله‌ای کاتر برای تغییر رهبری             |
| ۳۸..... | ۱۳. شش اصل به دست آوردن تعهد و همراهی                     |
| ۴۰..... | ۱۴. نقش تیم بلبین                                         |
| ۴۳..... | ۱۵. محرک‌های اعتماد و چرخه‌ی اعتماد                       |
| ۴۷..... | فصل دوم: استراتژی کسب‌وکار، برنامه‌ریزی و اثربخشی سازمانی |
| ۴۹..... | ۱۶. حقایق استراتژی                                        |
| ۵۱..... | ۱۷. تحلیل نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)         |
| ۵۳..... | ۱۸. تفکر سناریو                                           |
| ۵۶..... | ۱۹. کارت امتیازی متوازن                                   |
| ۵۸..... | ۲۰. مدل 7S                                                |
| ۶۱..... | ۲۱. قانون ۱۵۰                                             |

|     |                                                   |
|-----|---------------------------------------------------|
| ۶۳  | ۲۲. زنجیره ارزش خدمات                             |
| ۶۴  | ۲۳. درک و اجتناب از اینرسی فعال                   |
| ۶۷  | ۲۴. شش R کسب و کار                                |
| ۶۹  | ۲۵. مدل گروه مشاوره‌ی بوستون                      |
| ۷۲  | ۲۶. اصل پاره تو                                   |
| ۷۴  | ۲۷. استراتژی اقیانوس آبی                          |
| ۷۶  | ۲۸. محک‌زنی                                       |
| ۷۸  | ۲۹. چرخه‌ی عمر محصول                              |
| ۸۰  | ۳۰. محک سیستمی                                    |
| ۸۳  | ۳۱. موانع بازار                                   |
| ۸۵  | ۳۲. شش پی (P) تفکر استراتژیک                      |
| ۸۷  | ۳۳. استراتژی‌های رقابتی: سهم پورتر                |
| ۸۹  | ۳۴. تحلیل PESTLIED                                |
| ۹۱  | ۳۵. پویایی تغییر پارادایم                         |
| ۹۳  | ۳۶. ماتریس محصول آنسف                             |
| ۹۵  | ۳۷. منابع و مسیر حیاتی                            |
| ۹۷  | ۳۸. توسعه‌ی منابع غیر ملموس                       |
| ۱۰۰ | ۳۹. موقعیت‌یابی بازار و منحنی‌های ارزش            |
| ۱۰۲ | ۴۰. تحلیل رقابت: ۵ نیروی پورتر                    |
| ۱۰۵ | فصل سوم: توسعه خلاقیت و نوآوری                    |
| ۱۰۷ | ۴۱. کانون نوآوری                                  |
| ۱۰۹ | ۴۲. شیرجه عمیق نمونه‌سازی                         |
| ۱۱۰ | ۴۳. ایجاد تفکر خلاق                               |
| ۱۱۲ | ۴۴. چرخه اکتشاف (ORCA)                            |
| ۱۱۴ | ۴۵. شانس و ثروت موجود در پایین هرم (BOP)          |
| ۱۱۷ | ۴۶. شش کلاه تفکر                                  |
| ۱۱۸ | ۴۷. فرهنگ نوآوری                                  |
| ۱۲۱ | ۴۸. استراتژی خلافتانه دیزنی                       |
| ۱۲۵ | فصل چهارم: فروش، بازاریابی، برندینگ و خدمات مشتری |

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| ۴۹. مدل MATE برای فروش استراتژیک .....                   | ۱۲۷ |
| ۵۰. فروش آنلاین .....                                    | ۱۳۰ |
| ۵۱. هفت گام برای جلسه‌های موفق فروش .....                | ۱۳۲ |
| ۵۲. چرخه‌ی خریدار .....                                  | ۱۳۵ |
| ۵۳. قیمت‌گذاری .....                                     | ۱۳۷ |
| ۵۴. چهار P بازاریابی .....                               | ۱۴۰ |
| ۵۵. ۱۰ قانون فروش مکمل یا جانبی .....                    | ۱۴۳ |
| ۵۶. متمایزسازی .....                                     | ۱۴۵ |
| ۵۷. هرم ۴R برای بازاریابی و مدیریت ارتباطات مشتری .....  | ۱۴۶ |
| ۵۸. سطوح اوج .....                                       | ۱۴۹ |
| ۵۹. GRIP (مدافعت، حمایت، لایل و برنامه) .....            | ۱۵۰ |
| فصل پنجم: مدیریت اطلاعات، فناوری و عملیات .....          | ۱۵۳ |
| ۶۰. چرخه عمر اطلاعات .....                               | ۱۵۵ |
| ۶۱. جهت‌گیری اطلاعات .....                               | ۱۵۷ |
| ۶۲. شش سیگما .....                                       | ۱۵۹ |
| ۶۳. کایزن .....                                          | ۱۶۱ |
| ۶۴. مدیریت دانش .....                                    | ۱۶۳ |
| ۶۵. دستیابی به نتیجه برد-برد .....                       | ۱۶۴ |
| ۶۶. چهار وجهی سفارشی‌سازی انبوه .....                    | ۱۶۶ |
| ۶۷. مدیریت فرایند .....                                  | ۱۶۹ |
| ۶۸. مدیریت کیفیت جامع (TQM) .....                        | ۱۷۱ |
| ۶۹. مدل EFQM .....                                       | ۱۷۳ |
| ۷۰. چرخه دمینگ (برنامه‌ریزی - انجام - بررسی - کنش) ..... | ۱۷۵ |
| ۷۱. زنجیره تأمین .....                                   | ۱۷۸ |
| فصل ششم: مالی، حسابداری و اقتصاد .....                   | ۱۸۱ |
| ۷۲. تحلیل نسبت .....                                     | ۱۸۳ |
| ۷۳. نقشه‌برداری و کم کردن ریسک .....                     | ۱۸۶ |
| ۷۴. تحلیل ارزش سهامدار .....                             | ۱۸۹ |
| ۷۵. شش سطح چالاکی استراتژیک و کنترل هزینه .....          | ۱۹۱ |

|     |                                               |
|-----|-----------------------------------------------|
| ۱۹۳ | ۷۶. تحلیل ارزش فعلی پرداخت‌ها و هزینه‌های آتی |
| ۱۹۴ | ۷۷. صرفه‌جویی‌های مقیاس                       |
| ۱۹۷ | ۷۸. کشش قیمت                                  |
| ۱۹۹ | ۷۹. هفت گام برای نجات از رکود                 |
| ۲۰۳ | فصل هفتم: اثربخشی شخصی و مسیر موفقیت          |
| ۲۰۵ | ۸۰. هفت عادت افراد با اثربخشی بالا            |
| ۲۰۶ | ۸۱. هوش هیجانی                                |
| ۲۰۹ | ۸۲. قلب، سر و دل و جرئت                       |
| ۲۱۱ | ۸۳. به تمرین پیشرفت شغلی                      |
| ۲۱۳ | ۸۴. چاره‌ی توسعه نفس                          |
| ۲۱۵ | ۸۵. تکنیک‌ها: حل مسئله                        |
| ۲۱۸ | ۸۶. نقایص و تله‌های فکر                       |
| ۲۲۰ | ۸۷. تحلیل میدان نیرو                          |
| ۲۲۳ | فصل هشتم: توسعه افراد، سازمان‌ها و فرهنگ      |
| ۲۲۵ | ۸۸. صفحه ۹ خانه‌ای                            |
| ۲۲۷ | ۸۹. شاخص تیپ شخصیتی مایرز-بریگز               |
| ۲۳۰ | ۹۰. پنجره جو-هری                              |
| ۲۳۲ | ۹۱. یادگیری دو حلقه‌ای                        |
| ۲۳۴ | ۹۲. شش دسته نفوذ هرون                         |
| ۲۳۷ | ۹۳. وفق دادن تفاوت‌های فرهنگی                 |
| ۲۴۰ | ۹۴. مدل استراتژیک مدیریت منابع انسانی         |
| ۲۴۱ | ۹۵. ابعاد فرهنگی هافستد                       |
| ۲۴۳ | ۹۶. اکوسیستم‌ها، پارادایم‌ها و شبکه فرهنگی    |
| ۲۴۶ | ۹۷. عناصر فرهنگ                               |
| ۲۴۷ | ۹۸. مدیریت روابط بین فرهنگی                   |
| ۲۴۹ | ۹۹. هشت مقدمه تنوع                            |
| ۲۵۱ | ۱۰۰. پنجمین فرمان پیتر سنگه                   |

کلید موفقیت در کسب‌وکار برای اشخاص، مدیران و سازمان‌ها چیست؟ جواب‌های زیادی به ذهن می‌رسد، به ویژه خدمت به مشتریان با ارائه کالا و خدمات و خلق ارزش و انجام این کار به صورتی که مؤثر، رقابتی، سودآور و ارزشمند باشد. برای مقابله با این چالش نیازمند داشتن یکسری مهارت‌های رهبری شامل: توانایی نوآوری، یادگیری و توسعه، استفاده به بهترین نحو از کارکنان، دانش و منابع موجود و ساختن روابط تجاری درون و برون سازمانی می‌باشیم؛ و درحالی‌که انتظارات، فرصت‌ها و چالش‌ها مدام در حال تغییر هستند، باید تمامی این موارد به صورت مستمر فراهم شوند. امروزه بیش از گذشته زمان پیچیدگی، نوسانات و تغییر است.

ایده‌ها، انرژی و توانایی‌های جدید برای تناسب با زمینه و چالش‌های جدید به صورت مستمر نیاز است تا موفقیت نه‌چنین‌شده. به این دلیل ابزارها و تکنیک‌های کسب‌وکار ارزشمند هستند، زیرا به ما در رویارویی با چالش‌های مختلفی که برای مدیران و رهبران کسب‌وکار پیش می‌آید کمک می‌کند. چیزی که این ایده‌ها را جاری و متجدد می‌کند، قدرت و توان ثابت شده آن‌ها است. این ایده‌های نه تنها روشنگر و امید هستند بلکه اغلب به صورت درخشان و در شرایط سخت عمل کرده‌اند. توانایی افرادی که این ایده‌ها را طرح کرده و به کار گرفته‌اند باید مورد تشویق قرار گیرد.

جالب است که موضوعات مختلفی در این ابزارها طرح می‌شوند. این موضوعات شامل میل به تجربه و ریسک، همراه با توانایی فهم ریشه علت‌های یک مسئله، ایجاد کار، متمایز است. سادگی و داشتن درک درستی از نیاز به، عملی و قابل اجرا بودن نیز از ویژگی‌های مشترک ایده‌های این کتاب می‌باشد. به نظر می‌رسد برخی از این ایده‌ها دیدگاه پیتر دراگر را که بیان می‌کند ایده‌ها و تصمیمات بزرگ ترکیبی از تجزیه و تحلیل دقیق و شهود می‌باشد را تأیید می‌کند. در نهایت عملی بودن، پیروی و تضمین موفقیت به‌وسیله بررسی، اندازه‌گیری و اصلاح روش کار ایده‌ها میسر است.

چندین خصوصیت ویژه وجود دارد که ایده‌های این کتاب را توصیف می‌کند. نگه داشتن این موارد در ذهن به شما کمک خواهد کرد تا موفق شوید و هر روش را برای زمینه‌ی کاری خود بکار ببرید.

اگر شما موارد زیر را در نظر داشته باشید احتمال موفقیتتان افزایش می‌یابد:

- هر جا که مناسب و ممکن است اشخاص را در تکنیک مورد اجرا درگیر کنید.
- در مورد چالش، مسئله یا فرصت خاصی که در مورد آن کار می‌کنید شفاف باشید.
- در مورد رضایت خود و دیگران سؤال کنید و آن‌ها را به‌طور مستمر به چالش بکشید.
- طرز تفکر، که دنبال راه‌های یادگیری و پیشرفت است ایجاد کنید، طرز تفکری که آماده مقابله سریع با مسائل و مشکلات باشد.
- آگاه باشید که ایده‌های خوب از طرف هر کسی ممکن است مطرح شود.
- تا آخر آن‌ها را دنبال کنید، عمل کنید و منطقی باشید و پیاده‌سازی آن را برنامه‌ریزی کنید.
- به کارکنان خود پاداش و امتیاز دهید و باین طریق به کارها شتاب دهید.
- به‌طور خستگی‌ناپذیری کار کنید تا محدودیت‌ها، ترسها و موانع را از بین ببرید.
- بین شهود و تحلیل‌ها موازنه برقرار کنید.
- همکاری و کار تیمی را در شرکت بنا نهید.
- از تله‌های تصمیم‌گیری حذر کنید (روش ۸۶ را مطالعه کنید).
- از توانمندی‌های خود آگاه باشید و مهارت‌های خود را توسعه دهید.

به یاد داشته باشید که انرژی، انعطاف، خلاقیت و نبوغ امری حیاتی هستند و هیچ جایی برای خشنودی از و تحمل ناکارآمدی وجود ندارد.

امیدوارم این ابزار به شما در کارتان و تحریک افکارتان در راستای ایجاد مسیرهای جدید و خلاق و همچنین گسترش ایده‌های درخشان برای آینده یاری دهد.

جرمی کوردی