

رهبران بزرگ چگونه الهام بخش دیگران می شوند؟

با چرا شروع کنید

سایمون سینک

ترجمه ی علیرضا خاکساران



شابک: ۹۷۸-۹۶۲-۷۲۶۱-۰۲
ISBN 978-962-7261-02-4



سینک، سایمون؛ رهبران بزرگ چگونه الهام بخش می‌شوند؟/سایمون سینک

سرشناسه	: سینک، سایمون؛ Sinek, Simon.
عنوان و نام پدیدآور	: با چرا شروع کنید: رهبران بزرگ چگونه الهام بخش می‌شوند؟/سایمون سینک؛ ترجمه‌ی علیرضا خاکساران.
مشخصات نشر	: اصفهان: آموخته، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۶ ص: مصور، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۳۷-۶۴-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
موضوع	: رهبری
موضوع	: Leadership
شناسه‌ی افزوده	: خاکساران، علیرضا، مترجم.
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۷/۹ س/HD۵۷۷
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۹۲
شماره‌ی کتابشناسی ملی	: ۵۱۳۴۴۶۸



انتشارات آموخته

دفتر مرکزی: اصفهان، خیابان مشتاق دوم، خیابان مهرآباد، کوی ۱۹، پلاک ۴۶
پستی: ۸۱۵۸۹۳۸۱۳۱ | صندوق پستی: ۸۱۶۴۵-۶۶۴
تلفن: ۰۲۶۶۱۶۳۶۰ (۰۳۱) | ارتباط مستقیم: ۰۹۱۳ ۴۰ ۱۰ ۴۰۰
info@amookhteh.ir | www.amookhteh.ir

با چرا شروع کنید

رهبران بزرگ چگونه الهامبخش دیگران می‌شوند؟

ترجمه: سیمین سینک

ترجمه‌ی علیرضا خاکساران

ویراستار: محمد مهدی
آماده‌سازی: انتشارات آموخته
صفحه‌آرایی: پریسا سحر
نمونه‌خوانی: فرزاد همتی
طراحی جلد: کوشا پارس

لیتوگرافی: طلوع • چاپ: الوان • صحافی: مرآت
چاپ اول: ۱۳۹۷ • شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه • قیمت: ۶۰۰۰ تومان

© حق چاپ: ۱۳۹۷، انتشارات آموخته

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۳۷-۶۴-۸

ISBN: 978-600-8237-64-8

هر گونه استفاده از مطالب این کتاب اعم از بازنویسی، خلاصه‌سازی، نقل مطالب آموزشی، برداشت به صورت دست‌نویس، کپی، تکثیر و یا هر گونه چاپ سنتی و دیجیتال، استفاده به صورت کتاب الکترونیکی، لوح فشرده، قراردادن مطالب بر روی اینترنت و وبسایت‌ها و یا هر گونه شبکه‌ی کامپیوتری دیگر و به طور کل هر گونه استفاده‌ی اشخاص حقیقی و حقوقی در جهت منافع مادی و معنوی خود، بدون اجازه‌ی کتبی ناشر ممنوع و بر اساس بنده ماده‌ی ۲۳ قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و قوانین مربوط به جرایم رایانه‌ای کشور قابل پیگیری در محاکم قضایی است.

... فهرست مطالب ...

۱۱	پیشگفتار مترجم
۱۳	مقدمه: چرا باید با چرا شروع کنیم؟
۲۱	بخش اول: دنیایی که با چرایی شروع نمی کند
۲۳	فصل اول: فکر می کنیم می دانیم
۲۹	فصل دوم: هویج و چماق
۵۳	بخش دوم: دیدگاه جالبه
۵۵	فصل سوم: دایره ی غلاب
۷۳	فصل چهارم: این نظر من نیست، اصول زیست شناسی است
۸۹	فصل پنجم: شفافیت، نظم و انضام
۱۰۷	بخش سوم: رهبران به دنبال کنندگی دارند
۱۰۹	فصل ششم: ظهور اعتماد
۱۴۷	فصل هفتم: چطور به نقطه ی عطف می رسیم؟
۱۶۷	بخش چهارم: چطور کسانی را که باور دارند دور هم جمع کنیم؟
۱۶۹	فصل هشتم: با چرایی شروع کنید، اما بدانید چطور
۱۹۵	فصل نهم: چرایی را بشناسید، چگونگی را بشناسید، سپس به سراغ چپ بپروید
۲۰۳	فصل دهم: بیشتر گوش کنید تا اینکه حرف بزنید
۲۱۷	بخش پنجم: موفقیت، بزرگ ترین چالش است
۲۱۹	فصل یازدهم: وقتی چرایی مبهم می شود
۲۲۹	فصل دوازدهم: جدایی اتفاق می افتد
۲۵۷	بخش ششم: چرایی تان را کشف کنید
۲۵۹	فصل سیزدهم: خاستگاه های چرایی
۲۷۳	فصل چهاردهم: رقابت جدید

پیشگفتار مترجم

بازار کتاب‌های ترجمه در ایران داغ است. راستی دلیل مترجمان برای ترجمه‌ی کتاب چیست؟ دلیلش مسائلی مالی است؟ این کار را می‌کنند چون کار دیگری بلد نیستند؟ یا چرایی دیگری دارند؟ با خواندن این مقدمه، حداقل از چرایی من آگاه می‌شوید.

افراد و سازمان‌های موفق چرایی انجام کارشان را می‌دانند. در واقع از چرایی قدم گذاشتن در مسیری که طی می‌کنند، اطلاع دارند و چگونگی طی این مسیر را می‌دانند. برای این کار را نیز در اختیار دارند. در مقابل، سازمان‌هایی هم هستند که در مسیر بسیار هموارتری حرکت می‌کنند ولی چرایی طی آن مسیر را نمی‌دانند یا در جایی از مسیر چرایی‌شان را از دست داده‌اند و این سردرگمی، خودشان و کارمندان‌شان را در راه‌ها و تردید کرده و از مسیر خارج یا در آن متوقف می‌شوند. به‌طور مثال، شرکت «ای ماز» کوگل یا اپل در حوزه‌های مختلف موفق‌اند، ولی سایر شرکت‌های مشابه به چنین موفقیتی می‌رسند. برادران رایت با کمترین امکانات موفق به اختراع هواپیما می‌شوند، ولی ریب‌شار با آن همه پول و ارتباطاتی که داشت، راه به جایی نمی‌برد و حتی شاید ماجرای وجود چنین رقیبی را نشنیده باشید. برخی رهبران حتی پس از مرگ‌شان هم الهام‌بخش دیگران هستند ولی برخی با جذب و سخنان امیدوارکننده، فقط مدت کوتاهی در اذهان مردم باقی می‌مانند. تا به حال فکر کرده‌اید دلیل این تفاوت چیست؟

سایمون سینک در این کتاب پاسخ پرسش فوق را با استفاده از فرمولی به نام «دایره‌ی طلایی» می‌دهد. او معتقد است که فرمول موفقیت، یعنی دسترسی به منابع مالی و انسانی، به‌خودی‌خود کارساز نیست و برای رهبری افراد و سازمان‌ها باید چرایی فرد یا سازمان روشن باشد. به اعتقاد او، اگر نمی‌دانید چرا مشتریان‌تان از شما خرید می‌کنند، احتمالاً کارمندان‌تان هم نمی‌دانند چرا برای شما کار می‌کنند و در نبود این چرایی، محصول یا خدمات‌تان حکم کالایی را دارد که هر شرکت دیگری می‌تواند آن را با همان کیفیت و قیمت یا حتی قیمت رقابتی‌تر عرضه کند. در نتیجه، وارد بازی می‌شوید که در نهایت دودش به چشم خودتان می‌رود چرا که بازی کاهش قیمت و

ترفندهای مختلف مانند تخفیف، اهدای جایزه و غیره در کوتاهمدت جواب می‌دهند، ولی تا ابد نمی‌توانند ادامه داشته باشند. نویسنده معتقد است که فقط تولید محصولات باکیفیت و بازاریابی برای آن‌ها ضامن موفقیت نیست و اعتبار و اصالت‌تان بدون روشن بودن چرایی به دست نمی‌آید.

در این کتاب، مثال‌هایی از افراد و شرکت‌هایی وجود دارند که کارشان را با چرایی شروع کردند و به موفقیت‌های بزرگ رسیدند. اگر چرایی‌تان را بدانید و فقط با خودتان به رقابت بپردازید، می‌توانید در هر عرصه‌ای که هستید یک‌ه‌تازی کرده و مشتریان و پال‌کندگان وفاداری برای خودتان پیدا کنید. در این‌جا، وفاداری یعنی مردم محصول یا قیمت بهتر را کنار بگذارند تا به خرید از شما ادامه دهند و این فقط با روشن بودن چرایی که تان به دست می‌آید. نویسنده معتقد است که اندازه‌ی سازمان، نوع صنعت، محصول یا خدمت اهمیت ندارد، اگر همه با چرایی شروع کنیم و الهام‌بخش دیگران باشیم تا همین کار را بکنند، در کنار هم می‌توانیم دنیا را تغییر دهیم.

چرایی من برای ترجمه‌ی این کتاب کمک به شما برای کشف چرایی‌تان است تا در کنار هم بتوانیم دنیای بهتری بسازیم و شما نیز چراغ راه دیگران برای یافتن چرایی‌شان باشید. امیدوارم توانسته باشم این چرایی را محقق کنم.

امیدوارم که مطالعه‌ی این اثر بتواند بیش از پیش به شما کمک کند تا با ملزومات دنیای کنونی همگام شوید و نگرش‌تان به کار و زندگی را دگرگون کند. می‌توانید پس از مطالعه‌ی این اثر، تجربه‌ی خودتان را از طریق info@AmolKuteh.ir با ما در میان بگذارید.

به یاد

علیرضا خاکساران