



مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام) تقدیم می کند:

مجموعه کتاب های مدیرساز

کتاب راهنمای

ابزارهای مدیریت

۲۵ ابزار مؤثر و پر استفاده توسط مدیران ارتقاء در سراسر جهان
بر اساس تحقیقات سالانه شرکت مشاوره بین المللی Bain

نوشته:

دارل ک. ریگبی

ترجمه:

فرشید عبدی

عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران جنوب)

مهرداد حسینی شکیب

عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی (واحد کرج)

سرشناسه	ریگی، دارل ک. Rigby, Darrell K.
عنوان و نام پدیدآور	کتاب راهنمای ابزارهای مدیریت : ۲۵ ابزار موثر و پر استفاده توسط مدیران ارشد در سراسر جهان بر اساس تحقیقات سالانه شرکت مشاوره بین‌المللی Bain/ نوشته دارل ک. ریگی ؛ ترجمه فرشید عبدی، مهرداد حسینی شکیب ؛ ویراستار علی پالیزبان.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات دارا، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۰۶ ص.
فروست	مجموعه کتاب‌های مدیرساز.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۸۸۵-۵۹-۶
وضعیت فهرست نویسی	قییا
یادداشت	عنوان اصلی: an executive's guide. 2017 management tools
یادداشت	ویراست نخست کتاب حاضر تحت عنوان «ابزارهای مدیریتی» با ترجمه شادی گلچین‌فر و امیر بختایی توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال ۱۳۸۸ نیز منتشر شده است.
یادداشت	واژه‌نامه.
یادداشت	کتابنامه.
عنوان دیگر	۲۵ ابزار موثر و پر استفاده توسط مدیران ارشد در سراسر جهان بر اساس تحقیقات سالانه شرکت مشاوره بین‌المللی Bain.
عنوان دیگر	ابزارهای مدیریتی.
عنوان گسترده	بیست و پنج ابزار موثر و پر استفاده توسط مدیران ارشد در سراسر جهان بر اساس تحقیقات سالانه شرکت مشاوره بین‌المللی Bain.
موضوع	مدیریت
موضوع	Management
شناسه افزوده	عبدی، فرشید، ۱۳۴۹ - مترجم
شناسه افزوده	حسینی شکیب، مهرداد، ۱۳۴۶ - مترجم
رده بندی کنگره	HD۳۱
رده بندی دیویی	۶۵۸/۴
شماره کتابشناسی ملی	۸۳۵۷۸۲
وضعیت رکورد	قییا

نام کتاب: کتاب راهنمای ابزارهای مدیریت

۲۵ ابزار موثر و پر استفاده توسط مدیران ارشد در سراسر جهان
بر اساس تحقیقات سالانه شرکت مشاوره بین‌المللی Bain



انتشارات دارا

نویسنده: دارل ک. ریگی

مترجم: دکتر فرشید عبدی، دکتر مهرداد حسینی شکیب

ویراستار: علی پالیزبان

طرح جلد: علیرضا دریغ

آماده‌سازی کتاب: مرکز دانش مدیریت ارتباط با مشتری (مُدام)

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۸۵-۵۹-۶

نوبت چاپ: اول / بهار ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۷۰۰۰۰ تومان

ناشر: دارا

ناظر فنی بر چاپ: وحید مرادی

آدرس: تهران خیابان ولی‌عصر، بالاتر از میدان ولی‌عصر، روبروی سینما استقلال

کوچه شهید فخاری، پلاک ۱، طبقه اول

تلفن: ۸۸۹۱۷۸۲۳ - ۸۸۹۱۹۴۲۷ - ۸۸۹۳۲۶۴۵

لطفاً برای تهیه این کتاب و سایر محصولات مُدام به سایت

www.modamcarm.com مراجعه کنید

و یا با شماره تلفن ۰۲۱-۲۸۴۲۱۶۰۸ تماس بگیرید.

فهرست مطالب

۱. ادغام و خرید شرکت‌ها (M & A)..... ۲۳



۲. الگوبرداری..... ۲۷



۳. اینترنت اشیا (IOT)..... ۳۱



۴. بازمهندسی فرآیندهای کسب و کار (BPR)..... ۳۵



۵. بخش‌بندی مشتریان..... ۳۹



۶. برنامه‌ریزی استراتژیک..... ۴۳



۷. برنامه‌ریزی سناریو و اقتصادی..... ۴۷



۸. برنامه‌های مدیریت تغییر..... ۵۱



۹. بودجه‌بندی بر مبنای صفر..... ۵۵



۱۰. بیانیه‌های رسالت و چشم انداز..... ۵۹



۱۱. تجزیه و تحلیل سفر مشتری..... ۶۳



۱۲. تحلیل گری پیشرفته..... ۶۷



۱۳. تحول دیجیتال.....۷۱



۱۴. روش ارزیابی متوازن (BSC).....۷۵



۱۵. سیستم های رضایت مشتری.....۷۹



۱۶. سیستم های مشارکت کارکنان.....۸۳



۱۷. قابلیت های اصلی.....۸۷



۱۸. کاهش پیچیدگی.....۹۱



۱۹. مدل های بهینه سازی قیمت.....۹۵



۲۰. مدیریت ارتباط با مشتری (CRM).....۹۹



۲۱. مدیریت چابک.....۱۰۳



۲۲. مدیریت زمان سازمانی.....۱۰۷



۲۳. مدیریت زنجیره تأمین (SCM).....۱۱۱



۲۴. مدیریت کیفیت جامع (TQM).....۱۱۵



۲۵. همکاری های استراتژیک.....۱۱۹



مقدمه مترجمین

ما تبدیل به ابزاری می‌شویم که از آن استفاده می‌کنیم، در ابتدا ما به ابزارها شکل می‌دهیم و بعد ما شکل ابزارها می‌شویم.

مارشال مک لوهان

مدیران برای حل مسائل و رویارویی با چالش‌ها نیاز به ابزار دارند، همانطور که بشر توانست با تکامل ابزارها مسائل خود را حل کند، مدیران نیز لازم است ابزارهای درست را شناسایی، انتخاب و پیاده‌سازی کنند.

اما در عمل چه اتفاقی می‌افتد؟ ما معمولاً با دو گروه از مدیران روبرو هستیم، گروه اول مدیران اصطلاحاً سنتی هستند و اعتقادی به ابزار ندارند. این گروه برای تصمیم‌گیری و حل مسائل به گزینه و عاداتهای خود متوسل می‌شوند. اگر مسائل ساده را با روشی پرهزینه و پر اتلاف حل کرده باشند به آن ادامه می‌دهند و هنگامی که با چالش‌های بزرگتر مواجه می‌شوند و روش آنها جواب نمی‌دهد، یا کسی را مقصر می‌دانند و یا با اتلاف‌های سنگین، مدتی عوارض مسأله را کاهش می‌دهند. این مدیران، درفضای رقابت واقعی و در مواجهه با چالش‌های پیچیده، یا سازمان خود را نابود می‌کنند و یا هرگز رشدی نمی‌کنند.