

گالو، کارماین، ۱۹۶۵ - م Gallo, Carmine

اسرار نوآوری‌های استیو جابز: اصولی کاملاً متفاوت برای موفقیت در کسب و کار / کارماین گالو: اثر جمعی سعید جعفری.

تهران: نسل نواندیش، ۱۳۹۰

۳۸۴ ص. ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س. م

۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۴۲۷-۵

فیبیا

عنوان اصلی: The innovation secrets of steve Jobs: insanely different: principles for breakthrough success, c2011

راز نوآوری‌های استیو جابز

فراورده‌های جدید، اندیشه و تفکر خلاق / نوآوری / موفقیت در کسب و کار

جعفری، سعید، ۱۳۶۸، مترجم

ب ۱۳۹۰ ۵۴۱۵/۱۵۳/۵۲۳۳ HF

۶۵۸/۴۰۶۲

۲۶۴۹۹۵۹

اسرار نوآوری‌های استیو جابز

نویسنده: کارماین گالو

مترجم: سعید جعفری

ویراستار: مهنا مغفرتی

صفحه آرا: الهه ایمنی

طراح جلد: هما واقفی

ناشر: نسل نواندیش

شمارگان: ۲۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۱

قیمت: ۱۰۹۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۴۲۷-۵

ISBN: 978-964-236-427-5

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نواندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه ۱: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

نشانی فروشگاه ۲: خیابان مطهری - ابتدای خیابان سهروردی جنوبی - نبش کوچه زاهدان - پلاک ۲۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۳۳۴۷-۹ نسل نواندیش

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com

فهرست مطالب

مقدمه	۱۱
فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد؟	۲۵
اصل اول. کاری را انجام دهید که به راحتی به آن علاقه دارید	۴۷
فصل دوم. علاقه‌ی خود را دنبال کنید	۴۹
فصل سوم. دیدگاه متفاوتی نسبت به حرفه‌ی خود داشته باشید	۶۷
اصل دوم. در این دنیا اثری ماندگار از خود به جای بگذارید	۹۹
فصل چهارم. الهام بخش مشتاقان باشید	۱۰۱
فصل پنجم. دیدگاه متفاوتی نسبت به تصور خود داشته باشید	۱۲۹
اصل سوم. مغز خود را به کار بگذارید	۱۵۹
فصل ششم. به دنبال تجربه‌های جدید باشید	۱۶۱
فصل هفتم. دیدگاه متفاوتی نسبت به شوه‌ی اندیشیدن خود، داشته باشید	۱۸۱
اصل چهارم. رویاها را بفروشید، نه محصولات را	۱۹۷
فصل هشتم. در دیوانگی آنان، نبوغ را ببینید	۱۹۹
فصل نهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به مشتریان خود داشته باشید	۲۳۵
اصل پنجم. به هزار چیز، نه بگویید	۲۴۹
فصل دهم. سادگی، نهایت پالایش و خالص‌سازی است	۲۵۱
فصل یازدهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به طراحی محصولات داشته باشید	۲۸۱
اصل ششم. تجربه‌های عالی را خلق کنید	۳۰۳
فصل دوازدهم. ما اینجا هستیم تا به پیشرفت شما کمک کنیم	۳۰۵
فصل سیزدهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به تجربه‌ی برند خودتان داشته باشید	۳۲۵
اصل هفتم. پیغام خود را از بر شوید	۳۴۵
فصل چهاردهم. بهترین داستان‌گوی تجاری دنیا	۳۴۷
فصل پانزدهم. دیدگاهی متفاوت نسبت به داستان خود داشته باشید	۳۶۳
یک نکته‌ی دیگر	۳۷۷

مقدمه

اکنون دنیا، [استیو] جابزهای^۱ بیشتری را طلب می‌کند.

مقاله‌نویس روزنامه‌ی نیویورک تایمز، توماس فریدمن^۲، در نامه‌ای سرگشاده به رئیس‌جمهور ایالات متحده، او را به چالش کشید تا استیو جابزهای بیشتری را به وجود آورد. فریدمن بیان کرد: «ما دوباره باید فرزندی نه تنها نابغه، بلکه علاقه‌مند به نوآوری و کارآفرینی داشته باشیم.» اگر شما خواهان مشاغل مناسب بیشتری هستید، کشور باید در به وجود آوردن محیطی که در آن نوآوری تشویق و حمایت می‌شود تا شکوفا گردد، بهر عمل کند. در یک کلام، کشور به افراد بیشتری همانند رئیس‌کنوئی شرکت اپل و یکی از دو مؤسس این شرکت، آقای استیو جابز نیازمند است. به تازگی، به لطف فروش فوق‌العاده‌ی گوشی آیفون که انقلابی عظیم در صنعت گوشی دنیا به وجود آورد، اپل در سال ۲۰۱۰، مایکروسافت را از پیش رو برداشت و به عنوان گرانبهاترین شرکت

^۱. Steve Jobs

^۲. Thomas Friedman

فناوری دنیا شناخته شد. این دستاوردی بسیار بزرگ برای هر شرکت و به خصوص برای شخصی قابل توجه است که از یک اتاق خواب اضافی، کارش را آغاز کرد.

امریکا، در آغاز ورود به دهه‌ی دوم هزاره‌ی جدید با مشکلات فراوانی روبه‌رو است. میلیون‌ها نفر، خانه و حرفه‌ی خود را از دست داده‌اند. از هر شش آمریکایی، یک نفر در مراکز حمایتی زندگی می‌کند، آموزش و پرورش به تجدید نظر بنیادی نیاز دارد و کار و کسب در هر گوشه‌ای از کشور در تقلا است تا همچنان روی پای خود بایستد. مجله‌ی تایمز اشاره دارد که ده سال نخست این قرن که با ماجرای یازده سپتامبر آغاز شد و با بحران مالی پایان یافت، احتمال دارد همانند دهه‌ی ناامیدکننده‌ای که آمریکایی‌ها در زمان جنگ جهانی دوم داشتند، دچار نزول شود و این دهه را «دهه‌ای از جهنم» نامیده است و بیان می‌دارد که بهترین مطالبی که می‌توانیم درباره‌ی آن بگوییم این است که بالاخره تمام شد.

رکود بزرگ اقتصادی در بسیاری از نقاط دنیا انتشار پیدا کرد و کشورهایی را که در گذشته با بحران‌های اقتصادی، مشکلات محیطی، زیرساخت‌های نامناسب و فقر بسیار دست و پنجه نرم می‌کردند، تحت تأثیر قرار داد. پیشرفت واقعی در دهه‌ی پیش رو، نیازمند نظرات جدید و نوآورانه است. بیل گیتس^۱، یکی از مؤسسان مایکروسافت، راه‌حل این مسأله را نوآوری و خلق نظرات و وسایل به‌طور مستمر می‌داند.

^۱. Bill Gates

او بیان می‌کند: «در طول دو دهه‌ی گذشته، نوآوری‌های انجام شده بیش از دو برابر عمر ما شده‌اند و برای ما انرژی ارزان‌تر و غذای بهتری را به ارمغان آورده‌اند.» در دهه‌ی آینده، کسب و کارها و افراد باید به دو رکن خلاقیت و نوآوری چنگ بزنند. شکست در انجام این کار، پیشرفت را درست در زمانی که بسیار حیاتی است، به خاموشی می‌کشاند.

خبر خوب این است که رکودهای اقتصادی، بیشتر برای نوآوری مانند کاتالیزور عمل می‌کنند. از نظر آقای آدالینو سانچز^۱، مدیر کل شرکت آی‌بی‌ام^۲، «زمانی که در شرایطی قرار می‌گیرید که در آن باید به‌راستی محتاط باشید و از کمترین، بیشترین را بسازید، این زمان و شرایط شما را به سوی نیاز به نوآوری و خلاقیت سوق می‌دهد که ممکن است در شرایط عادی این اتفاق رخ ندهد و این نیاز پیش نیاید. نوآوری افزایش یافته، همیشه در مورد پول بیشتر نیست. این مسأله در مورد چگونگی استفاده از آن پول است.»

تاریخ نشان می‌دهد نوآوری‌های بزرگ و چشمگیر در دوره‌های زمانی که فشارهای شدید اقتصادی در جوامع حاکم بوده است، ظهور پیدا کرده‌اند. گزارش بوز/اند کمپانی^۳ در سال ۲۰۰۹ اشاره دارد که «تلویزیون، تیغ‌های الکترونیکی، رادیوی اف ام و بسیاری از پیشرفت‌های دیگر در طول رکود بزرگ اقتصادی تولید شده بودند.

^۱. Adalio Sanchez

^۲. IBM

^۳. Booz & Company

شرکت‌هایی مانند دوپونت^۱ که در سال ۱۹۳۷، چهل درصد سود خود را از محصولاتی که بعد از سال ۱۹۳۰ به بازار عرضه کرده بود به دست می‌آورد، نوآوری در محصولات را دنبال کرد نه فقط به دلیل رهایی و نجات از بحران و رکود اقتصادی، بلکه برای به وجود آوردن بستری که شرکت برای چند دهه رشد مداوم در سوددهی داشته باشد.^۲ مطالعات بوزاند کمپانی نشان داد که نوآوران افسانه‌ای در زمان‌های سخت شکل گرفته‌اند. در مواجهه با مشکلات، نوآوران موفق در زمانی که به دنبال فرصت‌های جدید برای آفرینش کارهای ارزشمند بودند، از قدرت خود بهره جسته و اعمالی جسورانه انجام دادند.

در حقیقت به نظر می‌رسد که تنش، نزاع و نیاز، روش طبیعت در گفتن «راهی نو پیدا کن» هستند. فشار روانی، مسأله‌ی خوشایندی نیست، اما من متقاعد شده‌ام که نیرویی ایجاد می‌کند و با جادوی خود در تمام نسل متخصصان کسب و کار تأثیر می‌گذارد. در طول دو سال گذشته، صدها ایمیل از زنان و مردانی که کارشان را از دست داده‌اند دریافت کرده‌ام که این موقعیت را به عنوان فرصتی برای دنبال کردن علاقه‌ی خود و خلق چیزهایی جدید و نوآورانه تلقی می‌کنند. وال استریت ژورنال^۲ اشاره می‌کند که تعداد بسیار زیادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه که با بازار بدون کار مواجه شده‌اند، تصمیم

^۱ . DuPont

^۲ . Wall Street Journal

گرفته‌اند به‌طور کلی از مسیر شرکتی شدن چشم‌پوشی کنند و تجارت خود را آغاز نمایند. مشخص می‌شود که بسیاری از اعضای میلنیال جنریشن^۱ که بیشتر به عنوان افراد گستاخ، از دست رفته و بی‌پروا شناخته می‌شوند، در حال ایجاد و راه‌اندازی مشاغل مفید به میزانی بی‌سابقه هستند. از اینکه ده سال بعد دریابیم که «دهه‌ای از جهنم» در واقع دهه‌ی الهام‌بخش محصولات، خدمات، روش‌ها و نظرات جدید و بی‌شماری بوده است، شگفت‌زده نمی‌شویم. در هر گوشه‌ای از دنیا، موج جدیدی از نوآوران در گاراژها، اطاقک‌ها، آزمایشگاه‌ها و کلاس‌های درس بر روی موضوعات گوناگونی در زمینه‌های فناوری، سلامت، علوم و محیط زیست کار می‌کنند و دستاوردهای زیادی را به ارمغان می‌آورند.

ریک هامپسون^۲ در مقاله‌ای برای یواس‌ای تودی^۳ اظهار داشت که «شاید هراس ما، رستگاری ما باشد. به‌طور معمول امریکایی‌ها به این مسأله مظنون هستند که با بدترین زمان ممکن مواجه شده‌اند و در نتیجه بیشتر تلاش می‌کنند تا بهترین را بسازند. چه پرتاب اسپاتنیک^۴ در سال ۱۹۵۷ باشد، چه سقوط سایگون^۵ در سال ۱۹۷۵ و با چالش اقتصادی از سوی ژاپن در دهه‌ی هشتاد میلادی، این محکومت پایدار وجود دارد که بهترین روزهایمان در گذشته‌ی ما بوده‌اند.»

^۱ . Millennial Generation

^۲ . Rich Hampson

^۳ . USA Today

^۴ . Sputnik

^۵ . Saigon

هنوز هم این تصور که گویی در لبه‌ی پرتگاه هستید، چیزی است که ما را از گذشتن از آن در امان نگاه می‌دارد. به‌جای ناچیز شمردن چالش‌ها، ما بیش از اندازه به آن‌ها واکنش نشان می‌دهیم. در یک دنیای رقابتی، این نکته کلیدی برای موفقیت ما است.»

ما نیازمند نوآوری هستیم تا کشور را از رکود خارج کنیم. نیازمند ایده‌هایی جسورانه، خلاقانه و بزرگ هستیم تا کشورهای ناامید، شرکت‌های بمران‌زده و مشاغل را احیا سازیم. چه کسی بهتر از «برترین رئیس دهه»^۱ یا سوی فورچون^۲، استیو جابز، می‌تواند نقشه‌ی راه را فراهم کند و به ما ارائه دهد؟

در اکتبر ۲۰۰۹، مک‌گرو-هیل^۳ «اسرار سخنرانی و ارائه‌های استیو جابز: چگونه در برابر حضار فوق‌العاده عمل کنیم» را منتشر نمود. این کتاب خیلی زود به عنوان پرفروش‌ترین کتاب در سطح دنیا مطرح شد و در کنار کتاب‌های موفق افسانه‌ای مانند کتاب راز و کتاب هفت عادت مردمان مؤثر قرار گرفت. خوانندگان به اشتراک گذاشتن داستان‌های خود را که چگونه رویکردشان به مشاغل خود در نتیجه‌ی خواندن آن کتاب تغییر کرد شروع کردند. در مقاله‌ای برای جاوا ورلد^۴، خبرنگاری بیان کرد که این کتاب را برای تقویت مهارت‌های سخنرانی و ارائه خریده است اما متوجه قسمت‌هایی از داستانی شد که می‌توانست به مدیران فناوری اطلاعات کمک کند تا رهبران بهتری

^۱. Fortune

^۲. McGraw-Hill

^۳. Java World

شوند. بازخورد افراد برای من لذت‌بخش بود. به‌طور واضح، کتاب بر روی خوانندگانی که به دنبال ابزار موفقیت می‌گشتند که فراسوی ارائه و سخنرانی بهتر قرار گرفته بودند، اثرگذار بود. شما، کتاب همراه و ملازم آن کتاب را مطالعه می‌کنید. اگرچه این کتاب، اهمیت ارتباطات را بیان می‌کند (نوآوری هیچ معنایی ندارد، اگر شما قادر نباشید مردم را نسبت به آن هیجان زده کنید.) محتوای این کتاب به‌طور عمیق به اصول و قواعدی که به استیو جابز یاری رساند تا بیشترین بهره را از زندگی خود ببرد می‌پردازد؛ درس‌هایی که به شما کمک می‌کند نیروی بالقوه‌ی خود را در کسب و کار و زندگی رها سازید.

پیش از آنکه به بررسی قواعدی بپردازیم که باعث شد استیو جابز به یکی از موفق‌ترین نوآوران در سطح دنیا تبدیل شود، باید بر سر تعریف واحدی از نوآوری که به هر شخصی گفته می‌شود، صرف‌نظر از عنوان یا مقام، به توافق برسیم: مدیران، مدیرعاملان، کارمندان، دانشمندان، معلمان، کارآفرینان و دانشجویان. در یک جمله: نوآوری، شیوه‌ای جدید از انجام کارهایی است که باعث تغییرات مثبت می‌شود. نوآوری زندگی را راحت‌تر می‌کند.

تاپان مونروئه^۱، اقتصاددان، به من گفت: «بسیاری عقیده دارند که نوآوری، بهترین شیوه برای پایدار نگه داشتن شکوفایی اقتصادی است. نوآوری، بهره‌وری را افزایش می‌دهد و بهره‌وری نیز احتمال درآمد بیشتر، سود بیشتر، مشاغل جدید، محصولات جدید و اقتصادی

شکوفای را افزایش می‌دهد. زمانی که شما پرده‌ها را به سوی اقتصاد جهانی کنار می‌زنید، پرتوهای خورشید را مشاهده می‌کنید و همه‌ی آسمان ابری نیست. ما باید ایده‌های هوشمندانه‌ای که مشکلات واقعی را نشان می‌دهند و آن‌ها را مدیریت می‌کنند، به محصولات و خدماتی که همه خواستارشان هستند، تبدیل سازیم.» مونروئه هم در کنار بیل گیس و فریدمن، معتقد است که نوآوری باید سرلوحه‌ی زندگی ما قرار گیرد.

او می‌گوید: «نوآوری، مفهومی گسترده است. نوآوری با "i" و با "I" وجود دارد. "I" دربردارنده‌ی مواردی مانند ساختن موتور احتراق داخلی، بارکد و ایجاد اینترنت می‌شود. اما نوآوری شامل بهبودهای مستمر و کوچک نیز می‌شود که شما را یاری می‌دهد زندگی را بهتر اداره کنید، کسب و کارهای کوچک خود را ارتقا دهید و محصولات یا بهره‌وری شرکت خود را بهبود بخشید.» این نوآوری‌های کوچک هر روز اتفاق می‌افتد و زندگی را برای هر کس بهتر می‌کند.

کرتیس کارلسون^۲ در کتاب نوآوری می‌نویسد: «کسب و کار مطابق معمول، یک دستورالعمل برای بلا و مصیبت است. آموزش سنتی حرفه‌ها کفایت نمی‌کند، اگر شما قصد تغییر و پیشرفت در این دنیای تجارت به هم ریخته دارید، باید مهارت‌های جدید نوآوری را

^۱. حرف اول واژه‌ی innovation به معنای نوآوری

^۲. Curtis Carlson

داشته باشید. اگر بدانید که چگونه برای مشتری ارزش قایل شوید، بخت و اقبال بسیار بیشتری برای موفقیت و قابل استخدام ماندن در طول سال‌های کامل کاری خود خواهید داشت. وگرنه، ممکن است که بی‌مصرف و منسوخ شوید.» کارلسون معتقد است که در عمل اهمیتی ندارد که شما در فضانوردی، حسابداری یا کار در مؤسسات بیمه آموزش دیده باشید و مدرک گرفته باشید؛ تخصص شما باید با دنیای جدید سازگار باشد و سازگار شدن به مفهوم روش‌های جدید و خلاقانه‌ی نگاه به مشکلات موجود است.

خلاقیت، کار می‌برد. مونروئه معتقد است نوآوری چیزی نیست که شما یک بار انجام بدفید و سپس بنشینید و استراحت کنید. نوآوری، تعهدی است برای بهبود مستمر در زندگی هر شخص. او این مثال را می‌زند: «بیایید یک مشاوره‌ی کاری انجام دهیم که یک پیش‌بینی اقتصادی را ارائه می‌دهد. اگر می‌خواهم به‌راستی نوآور باشم، اولین کاری که باید انجام دهم این است که با بیشترین توانم کار کنم. اگر خدمات من همانند پنج شرکت دیگر در منطقه باشد، با جدا کردن خودم در این حوزه‌ها، نوآوری می‌کنم. فراهم کردن خدمات بهتر برای مشتری، کیفیت بالاتر تحقیقات، پیشنهادها و ارائه‌های خاص‌تر، ارتباطات بهتر، ارتباطات واضح و روشن‌تر، و وسایلی که مشتری بتواند به‌راحتی از آن‌ها استفاده کند.» مونروئه بیان می‌کند که یک پرسش، شما را از دیگران جدا می‌کند: چگونه می‌توانم به مشتریان و مصرف‌کننده‌های خود کمک کنم تا بهتر

عمل کنند؟ او می‌گوید: «یافتن پاسخ برای این پرسش، همان نوآوری است.»

برای بسیاری از شرکت‌ها و افراد، تکرار فرایند یکسانی که باعث نابودی مالی جهانی شد، به راحتی آن‌ها را به نتیجه‌ی یکسان هدایت می‌کند. ایجاد نوآوری را بخشی از DNA خود نمودن، به این معنی است که اصول شرکت ایل را در حرفه و زندگی خود اعمال کنید: «متفاوت بیندیشید». اگر محصولات شما نتوانند خریداران را هیجان‌زده کنند باید در مورد پیشنهادات خود تجدید نظر کنید و متفاوت بیندیشید. اگر فروش شما رو به کاهش است، باید دوباره‌ی بهبود تجربه‌ی مشتری متفاوت بیندیشید. اگر شما در این چند سال اخیر از این شغل به آن شغل رفتید باید در مورد مدیریت کردن حرفه‌ی خود متفاوت بیندیشید.

همانند استیو جابز اندیشیدن، ممکن است بیشتر به کمک کسب و کارها و آموزگاران بیاید. رابرت کیوساکی^۱ در کتاب پدر ثروتمند می‌نویسد: «آموزش می‌تواند از مقدار زیادی نوآوری بهره‌برد. مدارس باید گوشه‌ای از موفقیت‌های کسب و کاری را که کارآفرینانی مانند هنری فورد^۲ و استیو جابز خلق کرده‌اند، به دقت مطالعه کنند و از آن‌ها بهره‌برند. آن‌ها نقشه‌ی راه را به ما نشان داده‌اند. نظام آموزشی به تزریق نوآوری نیازمند است که این کار همان موردی است که

^۱. Robert Kiyosaki

^۲. Henry Ford

کارآفرینان انجام می‌دهند. ما به دو برنامه‌ی آموزشی جامع نیاز داریم: یکی برای کارمندان و یکی برای کارآفرینان... آموزش کارآفرینان با آموزش افرادی که قرار است کارمند شوند، تفاوت دارد.»

این کتاب از بحث‌های رمزآلود و پیچیده در مورد نظریه‌های نوآوری که مربوط به قفسه‌های غبارآلود دانشگاه‌ها می‌شود، خودداری می‌کند. اقتصاددانی به من گفت: «بیشتر مقالات دکترا در موضوع نوآوری سنگین و پیچیده هستند، چون برای بیشتر مردم نوشته نشده‌اند. این مقالات را افرادی با مدرک دکترا نوشته‌اند. در بسیاری از موارد، نظریه‌ها هرچه احمقانه‌تر باشد، نویسندگان آن‌ها بیشتر مورد احترام هم‌کیشان خود قرار می‌گیرند. من این بازی را سال‌ها انجام می‌دادم.»

برای بیرون آمدن از رکود جهانی، زمانی برای بازی کردن نداریم. نیازمند ابزار و اصول عملی هستیم تا ما را یاری دهد. خلاقیت بالقوه‌ای را که در درون هر کدام از ما قرار دارد، رها سازیم. اصولی که شما قرار است بیاموزید آسان، معنی‌دار و برای هر حرفه‌ای در هر زمینه قابل دسترسی است: مدیرعامل، مدیر، کارآفرین، مشاور، کارشناس خلاق، مالک کسب و کار کوچک، آموزگار، پزشک، وکیل، دلال معاملات ملکی، مادر خانه‌دار، و بله، افرادی با مدرک دکترا که در حقیقت به استفاده از تحقیقات خود در بهبود اوضاع بشر اعتقاد دارند.

نوآوری، اغلب با اختراع اشتباه گرفته می‌شود. هر دو مفهوم مکمل یکدیگرند اما با هم تفاوت دارند. عمل اختراع به معنی طراحی، به وجود آوردن و ساخت محصولات یا فرایندهای جدید است. نوآوری با ایده‌های خلاقانه آغاز می‌شود که در نهایت به اختراعات، خدمات، فرایندها و روش‌ها تبدیل می‌شود. همه نمی‌توانند مخترع باشند، اما هر کسی می‌تواند یک نوآور باشد. آیا شما صاحب یک کسب و کار کوچک هستید و ایده‌ای دارید که با عملی شدن آن، بازدیدکنندگان را تبدیل به خریدار می‌کنید؟ شما یک نوآور هستید. آیا شما یک مدیر هستید و روشی را ابداع کرده‌اید تا کارمندان خود را تهییج کنید؟ شما یک نوآور هستید. آیا کارآفرینی هستید که حرفه‌ی خود را با از دست دادن مشاغل بسیار، احیا و بازآفرینی کردید؟ شما یک نوآور هستید. آیا یک مادر خانه‌دار هستید که راه‌حلی برای احيای دوباره‌ی مدرسه‌ی محله‌تان یافته‌اید؟ شما یک نوآور هستید.

نوآوری چیزی است که مردم عادی هر روز انجام می‌دهند تا زندگی‌ای عالی داشته باشند. بسیاری از آن‌ها را در روزنامه‌ها و مقالات می‌خوانید تا از آن‌ها الگوبرداری کنید. مردان و زنانی که با نوآوری در شیوه‌ی استیو جابز، کسب و کارها، جوامع و زندگی‌ها را تغییر می‌دهند.

مطالعه بر روی موضوع نوآوری ممکن است ذهن شما را نیز همیشه هوشیار نگه دارد. دانشمندان دریافته‌اند همان‌طور که سن ما بیشتر می‌شود، مطالبی که در ذهنمان موجود است، ناپدید نمی‌شوند؛ آن‌ها به راحتی در میان چین و چروک نورون‌های مغز ما گم می‌شوند.

زمانی که مغز مسن می‌شود، در دیدن تصویر بزرگ، بهتر عمل می‌کند. دانشمندان می‌گویند ترفند این است که این اتصالات را شعله‌ور نگه داریم. متخصصان ادعا می‌کنند که بهترین راه برای آهسته تکان دادن پیوندگاه‌ها، این است که خود را در مقابل افراد و ایده‌هایی قرار دهید که متفاوت هستند و روش اندیشیدن شما را به چالش می‌کشند. شاید یک استیو جابز نوزده‌ساله، درست فکر می‌کرد که حومه‌های پربزرگ کالیفرنیا را ترک کرد و با دوستش دانیل کاتک^۱ راهی هند شد. این سفر باعث شد استیو، درباره‌ی تصورات ذهنی‌اش در ارتباط با آن سرزمین مرور تحقیق کند: «برای نخستین بار بود که شروع به تفکر در مورد این موضوع کردم که شاید توماس ادیسون^۲ نسبت به مجموع کارهای کارل مارکس^۳ و نیم کارولی بابا^۴ اقدامات بیشتری برای بهبود شرایط دنیا انجام داده بود.»

موفق نشدن در یافتن روشنفکری روحانی در سفر او، باعث شد تا استیو به خانه‌ی پدری خود در لس آلتوس^۵ واقع در کالیفرنیا بازگردد و تصمیم بگیرد کاری متفاوت انجام دهد. مسیر جابز در طول سه دهه‌ی بعدی باعث پیدایش پستی و بلندی‌های حیرت‌انگیز و تماشایی، هم در زندگی شخصی و هم در زندگی کاری‌اش شد. او موفقیت و شکست را تجربه کرد و در آغاز سال ۲۰۰۴، مردی که

^۱. Daniel Kottke

^۲. Thomas Edison

^۳. Karl Marx

^۴. Neem Karolie Baba

^۵. Los Altos

زمانی برای یافتن پاسخ‌هایی برای زندگی بسیار معماگونه‌ی خود به هند سفر کرده بود، معرفت و دانشی کم‌یاب را پس از نجات یافتن از دو بیماری تهدیدکننده به دست آورد. جابز اظهار داشته است: «به یاد آوردم این موضوع که من به زودی می‌میرم، مهم‌ترین ابزاری است که تاکنون یافته‌ام و یاری‌ام می‌کند بزرگ‌ترین انتخاب‌ها را در زندگی انجام دهم.»

اگر همان‌طور که توماس فریدمن اعتقاد دارد دنیا نیازمند رهبران بیشتری همانند استیو جابز است، پس ما برای کمک و راهنمایی باید به «استیو» نگاه کنیم و از او الگوبرداری کنیم. جابز فردی به شدت خوددار است، اما سرنخ‌های فراوانی را از خود به بیرون درز داده است. تمام کاری که شما باید انجام دهید، این است که با دقت به او توجه کنید.