

کاوازاکی، گای، ۱۹۵۴ م - kawasaki, Guy

جادوی تغییر: هنرمجذوب کردن دیگران/ گای کاوازاکی؛ ترجمه ی شهناز کمیلی زاده.

کرج: در دانش بهمن، ۱۳۹۲.

۲۸۰ ص

978-964-174-159-6

قنیا

عنوان اصلی: Enchantment : the art of changing hearts, minds, and actions, 2011

هنرمجذوب کردن دیگران.

افسرگری: هنرنفوذ در ذهن ها، قلب ها و رفتارها.

اقتناع (روانشناسی)

اقتناع (روانشناسی) - جنبه های مذهبی

بازاریابی -- جنبه های روانشناسی

تاثیر (روانشناسی)

مدیریت -- جنبه های روانشناسی

کمیلی زاده، شهناز، ۱۳۳۲ - مترجم

۳۱۹۴۶۶۶

۶۵۸/۸۰۰۱۹

۱۳۹۲ الف ۷/۲۵ ک ۳/۳ HD



نشر دُرّ دانش بهمن

جادوی تغییر

گای کاوازاکی

مترجم: شهناز کمیلی زاده

ویراستار: اصغر اندرودی

لیتوگرافی: سپهر بهمن

چاپ و صحافی: بهمن

شمارگان: ۱۱۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۲

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

ناظر فنی چاپ: داود راسخی

حق چاپ مخصوص نشر دُرّ دانش بهمن می باشد.

ISBN: 978-964-174-159-6

شابک ۱۵۹۶ - ۱۷۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

دفتر نشر: کرج، بلوار طالقانی شمالی، نبش کوچه نسیم، طبقه سوم نمایشگاه دائمی کتاب بهمن ۳۳۲۶۲۹۱۳ - ۳۳۲۶۲۹۱۲ - ۲۶

مرکز پخش کرج: نمایشگاه های دائمی کتاب بهمن

مرکز پخش تهران: میدان انقلاب، اول کارگر جنوبی، کوچه رشت چی، پلاک ۲۰، تلفن: ۴ - ۶۶۵۶۹۸۲۳ - ۲۱

مقدمه

مشکلی نه در فکرهای جدید، بلکه در گریز از افکار قدیمی نهفته است که در گوشه گوشه اذهان آنانی که همچون ما پرورش یافته‌اند منشعب شده است.

- جان مینارد کینس^۱

داستان من

من نخستین بار مکیتاش^۲ را در تابستان سال ۱۹۸۳ و، شش ماه زودتر از بقیه مردم دنیا دیدم. مایک بویچ^۳ آن را در دفتر کار خود که در ساختمان یک طبقه‌ای در کاپرتینوی کالیفرنیا قرار داشت، به من نشان داد. او در آن زمان برنامه‌نویس بخش مکیتاش شرکت اپل^۴ بود. من یک جواهرفروش معمولی بودم و برای جواهرسازی در خارج از لس آنجلس طلا و الماس می‌بردم. مکیتاش در آن زمان جنجال و هیاهوی زیادی به راه انداخته بود و تنها دلیلی که باعث شد من زودتر از دیگران آن را ببینم این بود که من و بویچ در کالج هم‌ناقص بودیم.

در آن زمان بکارگیری و استفاده از رایانه چندان ساده نبود، زیرا رایانه‌ها در انحصار پانصد شرکت آمریکایی که از نظر میزان فروش در صدر قرار داشتند، دانشگاه‌ها و دوائر دولتی بودند و چنانچه فرد خوش اقبالی محسوب می‌شدی، حداکثر می‌توانستی یک اپل - ۲ یا یک رایانه شخصی آی‌بی‌ام داشته باشی. با دیدن مکیتاش دومین لحظه شاد و سرورانگیز زندگی خود را احساس کردم.

۱. John Maynard Keynes

۲. Macintosh یک سامانه ریز کامپیوتری مشهور که توسط شرکت کامپیوتری اپل ساخته شده است.

۳. Mike Boich

۴. Apple

کنم که آنان نیز همچون من مکیتاش را باور کنند.

و این شغل سرآغاز بیست و پنج سال کشش و جاذبه به وسیله هنر مجذوب کردن دیگران بود. و من مجذوب کردن را فرآیند مشعوف کردن مردم با کمک محصول، خدمات، سازماندهی یا برنامه معنا می‌کنم و پیامد آن حمایتی درازمدت و داوطلبانه است که برای هر دو طرف سود دربردارد.

سفر ما

این کتاب برای کسانی است که زندگی را به صورت آن پدیده‌ای که می‌تواند باشد، به جای آن چیزی که نمی‌تواند باشد، می‌بینند. آن‌ها چیزی - یعنی، یک محصول، سرویس، سازماندهی یا برنامه - به بازار عرضه می‌کنند که می‌تواند جهان را به مکان بهتری بدل سازد. آن‌ها در افتاده‌اند در دنیایی که رسانه‌های گروهی و اجتماعی و تبلیغاتی حکمفرما هستند، صرفاً روابط فوری، سطحی و موقت کافی نیستند.

من قصد دارم شما را به سفری ببرم تا یاد بگیرید چگونه افکار، احساسات و کنش‌های مردم را تغییر دهید و این برنامه و مسیر سفرمان است.

فصل ۱: چرا دیگران را مجذوب کنیم؟

هرچه ابعاد اهدافتان گسترده‌تر باشد، باید افکار، احساسات و کنش‌های مردم را بیشتر و بیشتر تغییر دهید. بخصوص در صورتی که منابع کم و رقابای بزرگی داشته باشید. چنانچه بخواهید مردم را مجذوب خود کنید، کار مهم و هدفمندی انجام می‌دهید و در صورتی که کار مهم و هدفمندی انجام می‌دهید، به جنبه و گیرایی نیاز دارید.

فصل ۲: چگونه دوست‌داشتنی شویم؟

آیا تاکنون کسی که از او خوششان نمی‌آید، باعث مجذوب کردنشان شده است؟ من که شک دارم. اگر فرد مذکور از عهده مجذوب کردن شما برآمده باشد، مطمئن نیستم این احساس دوام چندانی داشته باشد. به همین دلیل، نخستین گام در این راستا (مجذوب کردن دیگران) این است که مردم دوستان داشته باشند و برای دستیابی به محبت دیگران باید آنان را باور داشته باشید و در وجود آن‌ها یک یا چند ویژگی دوست‌داشتنی بیابید.

فصل ۳: چگونه اعتماد دیگران را جلب کنیم؟

آیا تاکنون کسی که به او بدگمان بوده‌اید، توانسته است شما را مجذوب کند؟ باز هم شک دارم. دومین گام جلب اعتماد دیگران است. هنگامی که آگاه، زیرک، کاردان و شایسته باشید و همواره وضعیت برکنده - برکنده ایجاد کنید - خلاصه کلام، زمانی که با استفاده از روش‌های صحیح کارهای درست و حسابی انجام دهید، به راحتی اعتماد دیگران را جلب خواهید کرد.

فصل ۴: چگونه آماده شویم؟

تولیدات، خدمات، سازماندهی‌ها و فکر و طرح‌های بزرگ مجذوب کننده‌اند. آماده‌سازی جهت مجذوب کردن مردم مستلزم خلق و ایجاد یک کار بزرگ و انتقال آن با عباراتی کوتاه، ساده و درک کردنی و رساندن آن به بازار پیش از رقباست.

فصل ۵: چگونه آغاز کنیم؟

کشتی عظیم مجذوب‌کنندگان. و این روشی است که ریچارد برنسن^۱ و استیو جابز بهتر از هر کسی قادر به انجام دادن آن هستند. برای دست به کار شدن و عملی ساختن هدف و آرمان خود، دیگران را در آن سهیم و آنان را تشویق کنید دست‌کم آن را مورد امتحان قرار دهند و باعث تجدید قوای نخستین هواداران خود شوید تا به شما در انتشار و اشاعه هدف‌تان یاری دهند.

فصل ۶: چگونه بر مقاومت‌ها و مخالفت‌ها غلبه کنیم؟

مردم اغلب تولیدات و خدمات «به اندازه کافی خوب» را می‌پذیرند، زیرا یا سرشان شلوغ است یا چیزی بهتر از آن را نمی‌شناسند. شما برای ایجاد تغییر در چنین وضعیتی با مقاومت رویه‌رو خواهید شد. راه غلبه بر چنین مقاومت‌هایی تدارک دلایل و مدارک اجتماعی، یافتن روشی برای ایجاد توافق و جذب همه عوامل تأثیرگذار است.

فصل ۷: چگونه مجذوب کردن را به فرآیند پایداری تبدیل کنیم؟

مجذوب کردن دیگران رویداد نیست، بلکه فرآیند شمرده می‌شود. شما تمایل دارید تلاشی که در این راه به خرج می‌دهید دوام یابد و برای تحقق این موضوع لازم است دیگران هدف و آرمان شما را جذب کنند، متقابلاً به آن پاسخ دهند و به تعهدات خود عمل کنند. به علاوه ایجاد یک اکوسیستم متشکل از توزیع‌کنندگان، فروشندگان، مشاوران، مؤسسات توسعه و عمران بر دوام این فرآیند می‌افزاید.

فصل ۸: چگونه برای تبلیغات از فناوری استفاده کنیم؟

آیا تا به حال فکر کرده‌اید چگونه با استفاده از تویتر، پاورپوینت و ایمیل دنیایی اطلاعات بیرون دهید؟ شما می‌توانید با استفاده از این فناوری‌ها داستان خود را در اختیار افرادی قرار دهید که قصد مجذوب کردنشان را دارید. در این فصل توضیح داده می‌شود که چگونه با استفاده از آخرین فناوری‌ها قادر به اطلاع‌رسانی خواهید بود.

فصل ۹: چگونه از فناوری برای کسب اطلاعات استفاده کنیم؟

افزون بر استفاده از فناوری برای دادن اطلاعات به دیگران، حالت کسب اطلاعات به کمک فناوری نیز وجود دارد. در این حالت، به جای این که داستان خود را به گوش مردم برسانید، آنان را به سوی خود جذب می‌کنید. در این فصل، با استفاده از وب‌سایت‌ها، بلاگ‌ها، فیس‌بوک، یوتیوب و لینکداین و یوتیوب باعث جذب دیگران خواهید شد و آنان را تشویق می‌کنید که به سراغتان بیایند.

فصل ۱۰: چگونه کارمندان خود را مجذوب کنید؟

دیگران شامل کارکنان شما نیز می‌شوند. چنانچه به آنان فرصت دهید در رشته‌ی فعالیتی خود مهارت به دست آورند و هدفمند عمل کنند، آن‌گاه باعث مجذوب کردن کارکنان خود شده‌اید.

فصل ۱۱: چگونه رئیس خود را مجذوب کنیم؟

تصور کنید برای کسی که مجذوب شماست، کار می‌کنید. در این صورت منافع بی‌شماری، از جمله آزادی، انعطاف‌پذیری، درآمد و... عایدتان می‌شود. برای

مجنوب کردن کارفرمای خود لازم است به منظور توفیق روزافزون او تلاش کنید - ولی نتایجی که به دست می‌آورد، ارزش این تلاش را دارد.

فصل ۱۲: چگونه می‌توان در برابر مجنوب شدن مقاومت کرد؟

هر فردی که مجنوبتان می‌سازد الزاماً در باطن کشش چندانی در شما ایجاد نمی‌کند. بنابراین، مقاومت در برابر مجنوب شدن به نوعی مهارت ارزشمندی است که به دوری جستن از موقعیت‌های وسوسه‌انگیز، آینده‌نگری و تشخیص مخالف‌خوانی نیاز دارد. شما پس از مطالعه این فصل، شاید حتی بتوانید در برابر تولیدات آپل مقاومت به خرج دهید.

بهتر است شروع کنیم

شما، پس از مطالعه این کتاب، یاد می‌گیرید چگونه تجربیات مرا به عنوان مُبَلِّغ مسیحی، فردی کارآفرین و سرمایه‌داری اهل خطر کردن به کار ببندید و «مکیتاش» خود را به رویدادی توفیق‌آمیز تبدیل کنید. من دانش خود را به شما منتقل خواهم ساخت، در نتیجه می‌توانید دنیا را تغییر دهید. برای نویسنده هیچ پاداشی بالاتر از این نیست که ببیند مردم چگونه کار و تلاش او را مورد استفاده و بهره‌برداری قرار می‌دهند. در نتیجه، برای آغاز کار مشتاق و در عین حال مضطربم.

کای کاوازاکی^۱

سیلیکون ولی^۲، کالیفرنیا ۲۰۱۱

۱. Guy Kawasaki

۲. Silicon Valley جنوب سن‌فرانسیسکو که در شمال کالیفرنیا واقع شده است - م.