رهبر کسب‌وکارتان باشید، نه فقط مدیر!

این مقاله پاسخ این سوال است که چرا بسیاری از کسب‌وکارها با وجود اینکه همیشه در حال تلاش هستند رشد چندانی ندارند و یک تیم با وجود اینکه همیشه مشغول کار است و ایده‌های جدیدی را مطرح و اجرا می‌کند ولی در طی چند سال، رشد آن در حد شرکت‌های مطرح و قابل‌قبول نیست و در مقابل این کسب‌وکارها، کسب‌وکارهای خیلی کمی وجود دارند که شاید در مدت زمان کم موفق می‌شوند که به یک سطح ملی یا حتی سطح جهانی برسند و خیلی معروف‌تر و مطرح‌تر بشوند.

مدیر کسب‌کارتان هستید یا رهبر؟

اولین نکته‌ای که باید بدانیم این است که اغلب کسب‌وکارهای ایرانی توسط افراد متخصص و به‌ویژه مهندس‌ها راه‌اندازی می‌شود؛ بنابراین اگر از دید مدیریتی به موضوع نگاه کنیم این افراد بیشتر از اینکه صاحب یک کسب‌وکار باشند تولیدکننده یک محصول هستند و چون اطلاعات فنی دارند و محصول را به خوبی و درستی

تولید کردند ترجیح می‌دهند که خودشان فروش این محصول را نیز به عهده بگیرند. کم‌کم کسب‌وکاری شکل می‌گیرد و افرادی با آن‌ها همراه می‌شوند و این کسب‌وکار با مدیریت یک مهندس یا یک متخصص پیش می‌رود.

این صاحب کسب‌وکار بعد از مدتی می‌بیند که کارش به خوبی پیش نمی‌رود و شاید احساس کند که خودش به تنهایی نمی‌تواند تمامی کارها را انجام دهد یا احساس‌کند که فروش برایش کار سختی است. در این مرحله می‌فهمد که نیاز است فردی را استخدام کند؛ بنابراین تا حدی به سراغ مهارت استخدام می‌رود و بعد از مدتی، این کارآفرین متوجه می‌شود که استخدام کافی نیست و اگر ما قوی‌ترین افراد را هم جمع کنیم لازم است که به این افراد انگیزه دهیم و لازم است بتوانیم کاری کنیم بالاترین عملکرد خودشان را نشان دهند؛ در این صورت، کم کم به این نتیجه می‌رسد که باید الزامات مهم مدیریتی از قبیل انگیزش کارکنان را عمیق‌تر یاد بگیرد و اجرا کند. در ادامه مسیر متوجه می‌شود که مشکلات مالی پیش می‌آید و به یک حسابدار در مجموعه نیاز است؛ با این وجود، کم‌کم این کسب‌وکار تا جای قابل‌قبولی پیش می‌رود.

بنابراین در واقع طی این فرایند، یک کارآفرین که بیشتر تولیدکننده محصول بود، اکنون به فردی تبدیل شده که تا حدی مدیریت بلد است.

ولی برای کسب‌وکارهای خیلی موفق و جهشی یک فرد یا جایگاهی نیاز است که معمولا اغلب کارآفرینان هیچ‌وقت به این جایگاه نمی‌رسند و در بهترین حالت در جایگاه یک مدیر خوب باقی می‌مانند و این جایگاه، جایگاه رهبر کسب‌وکار است. پس اگر ما به صورت طبیعی پیش برویم؛ یعنی یک متخصص هستیم و کم‌کم کسب‌وکارمان را پیش می‌بریم و با توجه به مشکلاتی که پیش می‌آید مهارت‌ها را یاد می‌گیریم که در بهترین حالت به یک مدیر تبدیل می‌شویم؛ هرگز به یک رهبر کسب‌وکار تبدیل نخواهیم شد.

پس پاسخ این سوال که چرا خیلی از کسب‌وکارها مدام در حال رشد جهشی نیستند شاید این باشد که یک رهبر در آن کسب‌وکار وجود ندارد و بهترین فردی که می‌تواند

رهبری کسب‌وکار را به عهده بگیرد خود فرد کارآفرین است.

با این مقدمه ببینیم کار اصلی یک رهبر چیست و چه خصوصیاتی باید داشته باشد؛ ولی قبل از این موضوع به تعریف رهبری کسب‌وکار می‌پردازیم.

تعاریف متفاوت برای رهبری کسب‌وکار

اولین تعریف این است که رهبر کسب‌وکار کسی است که توانایی تعریف و انجام مسئولیت‌هایی را دارد که این مسئولیت‌ها صرف‌نظر از فشارهای بیرونی، صرف‌نظر از شرایط و چالش‌هایی که اتفاق می‌افتد، همیشه باید به نتیجه برسد. پس اولین و ساده‌ترین تعریف رهبری کسب‌وکار این است که برای خودمان مسئولیت‌هایی را تعریف می‌کنیم (توجه کنید که مسئولیت کمی متفاوت از یک وظیفه یا Task است). مسئولیت یک موضوع بزرگ‌تر یا عمیق‌تر است که ما خودمان، خودمان را تحت فشار قرار می‌دهیم و حاضر می‌شویم کاری که هیچ‌کسی به ما واگذار نکرده را قبول کنیم و با هر قیمتی سعی کنیم آن را صرف‌نظر از شرایط و فشارهای بیرونی که همیشه وجود دارد به انجام برسانیم.

یک تعریف دیگری از رهبری کسب‌وکار وجود دارد که شاید تعریف جالب‌تری باشد: تعریف کردن یک رویا یا ماموریت و همراه کردن دیگران برای رسیدن به این رویا.

بنابراین نقش یک رهبر کسب‌وکار این است که خودش یک رویا یا ماموریتی را ترسیم می‌کند که رویایی را به واقعیت تبدیل کند و برای این موضوع لازم است که افراد زیادی را با خود همراه کند، این افراد را قانع کند و به آن‌ها کمک کند تا بتوانند همگی با هم به این رویا برسند.

شاید سومین و بهترین تعریف رهبری کسب‌وکار این است که ما بتوانیم خودمان را از زمان حال جدا کنیم، به زمان آینده برویم و بخشی از زندگی کسب‌وکاری خودمان را در آینده سپری کنیم؛ یعنی مدام فکر کنیم که چند سال بعد برای کسب‌وکار من قرار است چه اتفاقاتی بیفتد.

این یک توانایی بسیار سخت است که در عین اینکه ما در روز کارهای زیادی داریم، تحت فشار کارهای عقب‌افتاده هستیم و سعی می‌کنیم تیم خود را مدیریت کنیم تا این کارها پیش برود؛ در شلوغ‌ترین روزها حاضر می‌شویم یک زمان کوتاهی را کلا از کسب‌وکارمان جدا شویم به آینده سفر کنیم، رویاپردازی کنیم و ببینیم واقعا دنبال چه چیزی هستیم، آینده رویایی کسب‌وکارمان چه چیزی می‌تواند باشد و برنامه‌ریزی کنیم. به عبارت دیگر وقت اختصاص می‌دهیم برای کارهای مهمی که آینده کسب‌وکارمان را تعیین می‌کند؛ ولی به هیچ‌وجه فوری نیست و هیچ لزومی ندارد که در اوج شلوغی‌ها انجامشان دهیم؛ با این حال، توانایی رهبر کسب‌وکار این است که در تمام شرایط بتواند برای آینده دورتر برنامه‌ریزی کند و اقدام‌هایی را انجام دهد.

حالا که با تعریف رهبری کسب‌وکار آشنا شدیم در ادامه به ۵ خصوصیت مهم می‌پردازم که اگر این خصوصیت‌ها را به صورت ذاتی داریم خیلی خوب است و کار راحت‌تر پیش می‌رود و اگر این خصوصیت‌ها در ما کم است و باید تقویت شود می‌توانیم کار کنیم و این خصوصیات را در خودمان پرورش دهیم تا بعد از مدتی به یک رهبر کسب‌وکار تبدیل شویم و مطمئن باشیم که بعد از این اتفاق کسب‌وکار ما همیشه در حال رشد جدی‌تر و بیشتری خواهد بود.

۵ خصوصیت کلیدی یک رهبر کسب‌وکار

۱. تبدیل شدن به رهبر سطح پنجم

اولین خصوصیت کلیدی این است که باید سعی کنیم به گفته جیم کالینز به یک رهبر سطح پنجم تبدیل شویم. رهبران سطح پنجم در کسب‌وکارها افرادی هستند که کارمندان و تیمشان فقط به این خاطر در کسب‌وکار مانده‌اند که در کنار رهبر کسب‌وکار باشند. در واقع، چنین فردی این خصوصیت و این توانایی را دارد که در دیگران یک حس خوب ایجاد کند و وقتی کارمندان احساس کنند که جایی حس خوب دارند با انگیزه بیشتری هم کار خواهند کرد و هم حاضر خواهند بود به مدت خیلی طولانی در همان کسب‌وکار باقی بمانند حتی اگر پیشنهادهای بهتری از خارج

مجموعه به آن‌ها داده شود.

یک مثال خیلی خوب این است که اگر شما رهبر سطح پنجم باشید، اگر کل کسب‌وکارتان را تعطیل کنید و سراغ یک کسب‌وکار خیلی سطح پایین‌تر بروید باز کل تیم حاضرند به شما بپیوندند و در هر کاری که شما انجام می‌دهید، صرف‌نظر از سمت یا کیفیت آن کار، همراه شما باشند و دلیلش فقط این است که می‌خواهند در کنار شما باشند؛ چون به شما اعتماد دارند، می‌دانند در محل کار محیطی کاملا سالم و دوستانه ساخته‌اید و از حس خوبی که از کار کردن با شما کسب می‌کنند این افراد را ترغیب می‌کند که همیشه در کنار شما بمانند. پس اولین خصوصیت، تبدیل شدن به رهبر سطح پنجم است.

۲. حس ماموریت

دومین خصوصیت یک رهبر خوب «حس ماموریت» است. شاید این مهم‌ترین و متمایزکننده‌ترین نکته باشد که خیلی از کارآفرینان در سطح مدیر باقی می‌مانند و هیچ‌وقت به سطح رهبری نمی‌رسند. آن‌ها اهمیت حس ماموریت را درک نمی‌کنند.

رهبران کسب‌وکارها همیشه احساس می‌کنند که یک ماموریت بزرگی به عهده آن‌ها گذاشته شده و باید به هر قیمتی که شده آن ماموریت را به انجام برسانند، شاید این ماموریت توسط دیگران به فرد رهبرکسب‌وکار واگذار نشده باشد؛ ولی رهبر کسب‌وکار کسی است که این توانایی را دارد که یک ماموریت دقیق برای خود و کسب‌وکارش تعریف کند و تیمی را با خود همراه کند تا به تحقق این ماموریت کمک کنند.

مثلا یک ماموریت می‌تواند این باشد که یک کسب‌وکار تصمیم گرفته در مدت ده سال حداقل به ۱۰۰ هزار نفر کمک کند که تبدیل به گرافیست‌های تراز اولی شوند که در بهترین شرکت‌های دنیا کار می‌کنند.

این یک ماموریت واضح و مشخص با اعداد و ارقام قابل سنجش است که همین تعریف ماموریت ساده باعث می‌شود خیلی راحت‌تر بتوانید دیگران را با خودتان

همراه کنید. بدترین اتفاق ممکن این است که شما حداکثر هدفی که از کسب‌وکارتان دارید این است که درآمد خوبی داشته باشید؛ در این حالت یا به آن درآمد خوب می‌رسید و خیلی احساس خوبی ندارید چون نمی‌دانید که نهایت این کار کجا است و حالا که درآمدمان هم خوب شد، قدم بعدی چیست! یا عکس آن اتفاق بیفتد و به درآمد خوب نرسید ولی باز حس خوبی ندارید و احساس می‌کنید که حتی در این مورد هم شکست خورده‌اید.

ولی این حس ماموریت است که افراد را نصف شب بیدار نگه می‌دارد و تشویقشان می‌کند هر فداکاری برای پیش‌برد ماموریتشان انجام دهند و همین حس ماموریت است که باعث می‌شود افراد زیادی صرف‌نظر از اینکه چقدر حقوق می‌گیرند و چه مزایایی دریافت می‌کنند به شما بپیوندند و به شما کمک کنند که این ماموریت به انجام برسد و خودشان هم این حس خوب را داشته باشند که بخشی از این ماموریت به عهده خودشان بود و در تحقق آن نقش داشتند. پس دومین خصوصیت کلیدی رهبر کسب‌وکار این است که یک حس ماموریت دارد و احساس می‌کند که برای خلق پول و صرفا درآمد وارد یک کسب‌وکار نشده است و ماموریتی دارد که در نهایت دوست دارد به آن ماموریت برسد.

۳. تعهد به عالی بودن

سومین خصوصیت کلیدی رهبر کسب‌وکار «تعهد به عالی بودن» است. بسیاری از کتاب‌ها این موضوع را به اسم «وسواس کیفیت» مطرح کرده‌اند. رهبران کسب‌وکار وسواس بسیار بالایی در کیفیت بسیار عالی دارند که این کیفیت می‌تواند در ارتباطات با مشتری باشد، می‌تواند کیفیت خود محصولات و خدمات باشد و...

خوب شاید فکر کنید که مدیرها هم همین‌طور هستند؛ ولی فرق رهبر کسب‌وکار این است که اگر کاری انجام شده باشد که زحمت زیاد و بودجه قابل توجهی نیز به آن اختصاص یافته است، وقتی رهبر کسب‌وکار می‌بیند که آن کیفیت عالی حاصل نشده حاضر است کل این زحمت‌ها را دور بریزد، کنار بگذارد، از اول شروع کند، به تیمش

روحیه دهد و در نهایت آن‌قدر کارش را ادامه دهد که به معیارهای کیفی برسد که از دید دیگران به هیچ‌وجه امکان‌پذیر نیست یا اصلا ارزش این همه تلاش و فداکاری را ندارد. حتما در بسیاری از کسب‌وکارهای موفق دنیا این موضوع را دیده‌اید؛ مثلا گوگل، وسواس کیفیتی که در نمایش نتایج جستجوی دقیق و مفید دارد یا شرکت اپل که برای تولید موبایل‌های بسیار ساده و در عین حال با بالاترین امکانات و کیفیت، وسواس خاصی دارد و خیلی از شرکت‌های دیگری که به این سطح رسیدند. مسلما فردی پشت این مجموعه بوده که معیارهایش را پایین نیاورده و حاضر شده بسیاری از زحمات، بودجه و تلاش‌ها را دور بریزد؛ ولی معیارهای کیفی خود را پایین‌تر نیاورد. پس سومین خصوصیتی که شما هم می‌توانید در خودتان پرورش دهید این است که وسواس بسیار بالایی در محصولات و خدمات‌تان و ارتباط با مشتری و هر قسمت از کسب‌وکار که به نظرتان خیلی مهم و کلیدی است، داشته باشید.

۴. عمل‌گرایی

چهارمین خصوصیت کلیدی رهبر کسب‌وکار «عمل‌گرایی» است. رهبران کسب‌وکار سعی می‌کنند در اولین فرصت ممکن کارهای لازم را انجام دهند. بسیاری از افراد می‌پرسند که چطور عمل‌گراتر شویم؟

عمل‌گرایی کار بسیار سختی است؛ چون انسان همیشه ترجیح می‌دهد گزینه راحت را انتخاب کند، همیشه ترجیح می‌دهد که اگر کاری را می‌شود هم امروز انجام داد هم فردا، خب ترجیحا کار را به فردا واگذار کنیم؛ اما پاسخ کوتاه این است که عمل‌گرایی صرفا یک عادت است، شما می‌توانید این عادت را در خودتان پرورش دهید. هیچ‌کس به صورت ذاتی و با به دنیا آمدنش عمل‌گرا نیست؛ ولی می‌توانید به راحتی آن را در خودتان رشد دهید؛ مثلا مدت کوتاهی تمرین کنید که هر کاری را اگر همان لحظه می‌توانید انجام دهید به خودتان بگویید که همین الان آن را انجام دهید و به تعویق نیندازید و کم‌کم تا حدی این موضوع می‌تواند در شما تبدیل به عادت شود که همه شما را به عنوان فردی بسیار عمل‌گرا خواهند شناخت.

بنابراین معیار رهبران کسب‌وکار در عمل‌گرایی این است که اگر کاری را همین الان می‌شود انجام داد به هیچ‌وجه نباید بعدا انجام دهیم، اگر کاری را می‌شود هفته بعد و همین‌طور ماه بعد انجام داد، حتما این کار باید هفته بعد انجام شود.

در واقع ایده این است که کار باید در اولین فرصت ممکن انجام شود و به تعویق نیفتد.

۵. جسارت و شجاعت

پنجمین خصوصیت کلیدی رهبر کسب‌وکار «جسارت و شجاعت» است. بسیاری از کارهای بزرگ، رسیدن به ماموریت‌های خیلی بزرگ و پیچیده و اهداف خیلی سخت مسلما نیاز به جسارت دارد. منظور ما از جسارت این نیست که فرد بسیار نترسی باشیم؛ شاید می‌ترسیم ولی می‌دانیم که باید با این ترس‌ها کنار بیاییم و کارمان را پیش ببریم و همین‌طور که بسیاری از کتاب‌های موفقیت توضیح می‌دهند بهترین روش پرورش جسارت و شجاعت در خودمان این است که تا جایی که می‌توانیم با ترس‌های خودمان مواجه شویم؛ یعنی هر کار ترسناکی را سعی کنیم انجام دهیم اگر خیلی زیاد می‌ترسیم سعی کنیم در یک مقیاس خیلی کوچک‌تری انجام دهیم و کم‌کم این جسارت در ما رشد می‌کند و به جایی می‌رسیم که ترس‌ها جزئی از زندگی روزانه ما می‌شوند و می‌دانیم اگر می‌خواهیم به موفقیت‌های بالاتری برسیم باید ترس‌هایی را تحمل کنیم.

پس سعی کنید این ۵ خصوصیت را در خودتان تا جای ممکن پرورش دهید و تبدیل به یک رهبر درجه یک کسب‌وکار شوید و بدانید که شما فقط دو گزینه دارید: یا یک رهبر کسب‌وکار خواهید شد، یک ماموریت دقیق و مشخصی تعریف کردید و یک تیم بزرگی را کم‌کم با خودتان همراه می‌کنید و به تمام این رویاهایتان می‌رسید و ماموریت‌تان تحقق پیدا می‌کند یا گزینه دوم، شما به هیچ‌وجه به رهبر کسب‌وکار تبدیل نمی‌شوید و فقط یک مدیر خوب هستید و بعد از مدت کوتاهی دچار روزمرگی می‌شوید و هر روز کسب‌وکارتان دقیقا مانند دیروز است و دقیقا مانند فردی است که

با وجود اینکه وسط دریا است و خیلی دست‌وپا می‌زند و تلاش می‌کند؛ ولی به هیچ ساحلی نمی‌رسد.

پس تصمیم با شماست! همین امروز می‌توانید تصمیم بگیرید که تبدیل به یک رهبر کسب‌وکار شوید و بعد از مدتی ببینید کسب‌وکارتان چطور رشد می‌کند و چطور هزاران نفر را پشت‌سر می‌گذارید؛ چون شما یک مدیر ساده نیستید بلکه رهبر کسب‌وکار خودتان هستید. موفق باشید.