

## خلاصه کتاب از خوب به عالی

### حرف حساب کتاب «از خوب به عالی»

خلاصه کتاب **از خوب به عالی** نوشته جیم کالینز به این سوال پاسخ می‌دهد که «آیا یک شرکت خوب می‌تواند عالی شود؟» و اگر پاسخ مثبت است «چطور می‌تواند؟» کالینز با کمک تحقیقات و تحلیل‌های گسترده به تعدادی اصول ثابت دست یافته است که به گروه محدودی از شرکت‌ها کمک می‌کند از دیگران متمایز شوند و همیشه عملکرد فوق‌العاده‌ای در بازار داشته باشند.

### فصل اول کتاب از خوب به عالی - تعیین اصول عالی بودن

جیم کالینز و تیم تحقیقاتی‌اش کار خود را با ۱۴۳۵ شرکت خوب آغاز کردند، عملکرد آن‌ها در طول ۴۰ سال را بررسی کردند و ۱۱ شرکت را پیدا کردند که از خوب به عالی تبدیل شده بودند: از جمله آبات، سیرکت‌سیتی، فانی‌مای، ژیلت، کیمبرلی‌کلارک، کراگر، نوکور، فیلیپ‌موریس، پیتنی‌باز، والگرینز و ولزفارگو. این شرکت‌ها:

• ۱۵ سال بازده سهام انباشته مساوی/کمتر از بازار داشتند.

• نقطه تحول مشخص داشتند.

• در ۱۵ سال دوم بازده سهام انباشته حداقل سه برابر معمول بازار داشتند.

این گروه ۱۱ موردی از شرکت‌ها با دو گروه کنترل شامل شرکت‌های دیگر مقایسه شدند. اولین گروه کنترل در صنعت مشابه فعالیت داشت که همان شرایط را داشتند، اما جهشی پیدا نکرده بودند و گروه کنترل دوم شامل «شرکت‌های ناپایدار» بود که جهش یافته بودند، اما نتوانسته بودند عملکرد خوبشان را حفظ کنند و پایدار بمانند.

چرا سعی می‌کنید از همان اول عالی باشید؟ یافته‌ها نشان می‌دهد ساخت شرکت عالی به تلاش خیلی بیشتر از ساخت شرکت خوب نیاز ندارد و حتی روند رسیدن از خوب به عالی جالب‌تر است و نتایج بهتری خلق می‌کند. در هر صورت، وقتی شرکت روی مواردی تمرکز می‌کند که برای افرادش مهم است، افراد هم به طور طبیعی سعی می‌کنند شرکت را به حد عالی برسانند.

## فصل دوم کتاب از خوب به عالی - رهبری سطح ۵

همه شرکت‌هایی که از خوب به عالی رسیده‌اند، در دوران این انتقال بزرگ از رهبری سطح ۵ بهره برده‌اند.

رهبران سطح ۵ در راس یک هرم ۵ طبقه ایستاده‌اند و رابط بین فروتنی فردی و بلندپروازی شغلی هستند.

مثلاً، کلن ماکلر، دیوید مکسل، داروین اسمیت، جو کالمن و فرد آلن از جمله این رهبران هستند.

**سطح ۵** **مجری و مدیر برتر**  
با ترکیب دو بعد متناقض فروتنی فردی و بلندپروازی شغلی شرایط عالی پایدار ایجاد می‌کند.

**سطح ۴** **رهبر موثر**  
تعهد به رویای شفاف سازمان و پیگیری جدی آن را سرعت می‌بخشد و معیارهای والانتی برای عملکرد تعیین می‌کند.

**سطح ۳** **مدیر شایسته**  
افراد و منابع را برای پیگیری موثر و کارآمد اهداف ازپیش‌تعیین‌شده سازماندهی می‌کند.

**سطح ۲** **عضو تیم یاری‌رسان**  
توانایی افراد را به کمک اهداف گروه می‌آورد و در قالب گروه با دیگران همکاری موثر دارد.

**سطح ۱** **فرد بسیار توانمند**  
با استعداد، دانش، مهارت‌ها و عادات کاری خوب خود کمک موثری به دیگران می‌کند.

## بلندپروازی شغلی

رهبران سطح ۵ رویاهای بزرگی برای شرکت‌هایشان دارند (نه برای خودشان). آن‌ها وسواس‌گونه دنبال کسب نتایج، تعیین معیارهای دقیق و ارائه راهکارهای تزلزل‌ناپذیر هستند و سرسختی پنهانی برای انجام کارهای لازم برای رساندن سطح شرکت از خوب به عالی دارند.

آن‌ها نماد سندروم پنجره و آینه هستند. هنگامی که کارها خوب پیش می‌رود، از پنجره به بیرون نگاه می‌کنند و این موفقیت را مدیون عواملی خارج از خود می‌دانند. اگر هم نمی‌توانند عوامل بیرونی موفقیت را ببینند، آن را به شانس ربط می‌دهند.

وقتی هم کارها بد پیش می‌رود، در آینه نگاه می‌کنند، خودشان مسئولیت آن را می‌پذیرند و هرگز بدشانسی را مقصر روند بد کارها نمی‌دانند.

توجه کنید که شرکت‌های خوب تا عالی رهبرانی معروف و خارج از خود نداشتند، بلکه ۱۰ مورد از این ۱۱ شرکت، مدیرعامل‌های خود را از درون شرکت انتخاب کرده بودند، درحالی‌که شرکت‌های گروه‌های کنترل ۶ برابر بیشتر مدیران خود را از خارج شرکت انتخاب می‌کردند.

## فروتنی فردی

رهبران سطح ۵ نفس و خودخواهی خود را کنار می‌گذارند و بر منافع بلندمدت شرکت تمرکز می‌کنند. آن‌ها «فروتنی اثرگذاری» دارند و درباره شرکت صحبت می‌کنند، نه درباره خودشان. آن‌ها نسبت به تمجید افراد از خودشان بی‌تفاوت هستند، فخرفروشی نمی‌کنند و برای انگیزه دادن به دیگران به معیارهای الهام‌بخش تکیه می‌کنند، نه بر کاریزمای خودشان. آن‌ها جانشینانی تربیت می‌کنند تا شرکت بدون وجود خودشان هم عالی باقی بماند.

برعکس، شرکت‌های ناپایدار رهبران با استعداد اما خودمحور دارند که جهش عملکردی آن‌ها با گذر زمان رنگ می‌بازد.

## شناسایی رهبران احتمالی سطح ۵

درحالی‌که هیچ تحقیق قاطعی درباره روش پرورش رهبران سطح ۵ وجود ندارد، کالینز توصیه می‌کند دنبال موقعیت‌هایی باشید که نتایج خارق‌العاده‌ای رقم خورده است، اما هیچ‌کس برای زدن این اعتبار به نام خودش پیش‌قدم نمی‌شود. در چنین حالتی به احتمال زیاد با یک رهبر سطح ۵ در آن کسب‌وکار روبه‌رو هستید.

## اول چه کسی، بعد چه چیزی

شرکت‌های خوب تا عالی به‌جای تعیین یک رویا و استراتژی بزرگ و کلی و سپس جذب افراد برای تحقق آن‌ها، اول افراد مناسب را استخدام می‌کنند و سپس مسیر کارشان را مشخص می‌کنند.

## فصل سوم کتاب از خوب به عالی - اول افراد مناسب، سپس مسیر/استراتژی

رهبران سطح ۵ ابتدا بر یافتن افراد مناسب تمرکز می‌کنند (یعنی بازیکنان درجه‌یک تیم که تصمیمی قاطع برای مبارزه با چالش‌ها دارند) و سپس استراتژی را طراحی می‌کنند. مثلاً، دیوید مکسول، مدیرعامل فانی‌مای استراتژی خود را کنار گذاشت و اول تیم مناسبی تشکیل داد. او این روند را زمانی پیش گرفت که هیات‌مدیره به او فشار می‌آوردند، شرکت ۵۶ میلیارد دلار قرض داشت و در هر روز کاری یک میلیون دلار ضرر می‌کرد.

برعکس، شرکت‌های گروه کنترل ابتدا رویای شرکت را تعریف می‌کنند و سپس افراد را در مسیر دستیابی به آن قرار می‌دهند. شاید رهبران آن‌ها افراد بااستعدادی باشند، اما بیشتر تمایل دارند از کمک دیگران استفاده کنند تا این‌که مدیران قوی پرورش دهند. پس هر وقت این رهبران شرکت را ترک کنند، این مدل دیگر کارایی ندارد و از هم می‌پاشد.

هیچ مدرکی وجود نداشت که نشان دهد ایجاد ساختار پاداش‌دهی به مدیران (به‌صورت نقدی، سهام، حقوق یا تشویقی‌ها) در انتقال شرکت از خوب به عالی کمک می‌کند. پاداش مناسب کمک می‌کند تا افراد مناسب را **استخدام** و حفظ کنید. بااین‌وجود، وقتی مدیران مناسبی داشته باشید، رفتارشان به مدل پاداش‌دهی وابسته نیست و تمایل ذاتی آن‌ها به برتر و عالی بودن تضمین می‌کند که بهترین آنچه در توان دارند را ارائه دهند.

## در مورد افرادتان سخت‌گیر باشید، نه بی‌رحم

شرکت‌های خوب تا عالی در تصمیمات مربوط به افرادشان و هنگام ایجاد تیم‌های اجرایی برتر سخت‌گیری می‌کنند. باین‌وجود، روش‌های بازسازی بی‌پایان و بی‌رحمانه ندارند. در شرکت‌های گروه کنترل، اخراج ۵ برابر بیشتر از شرکت‌های خوب تا عالی است. کالینز ۳ اصل کاربردی برای سخت‌گیری پیدا کرده است:

وقتی شک دارید، استخدام نکنید و به جستجو ادامه دهید. سرعت شرکت برای جذب تعداد کافی از افراد مناسب را مشخص کنید.

اگر نیاز به تغییر افراد دارید، این کار را انجام دهید. واضح است که قرار دادن فرد مناسب در مکان مناسب، بهترین گزینه برای شروع کار است. شرکت‌های خوب تا عالی یک الگوی دوقطبی دارند: یا افرادشان مدت‌ها با آن‌ها می‌مانند یا در صورت نبود تناسب فوراً آن‌ها را ترک می‌کنند. برای ارزیابی اینکه آیا فردی می‌تواند در تیمتان بماند، باید از خود بپرسید:

• آیا دوباره این فرد را استخدام می‌کنید؟

• اگر قرار باشد فرد شرکت را ترک کند، ناامید می‌شوید یا خیالتان راحت می‌شود؟

بهترین افراد خود را مسئول بهره‌برداری از بزرگ‌ترین فرصت‌ها کنید، نه حل بزرگ‌ترین مشکلات. اگر مشکلاتتان را می‌فروشید، بهترین افرادتان را نفروشید.

## سه حقیقت ساده

رویکرد «اول چه کسی، سپس چه چیزی» به‌خاطر این سه حقیقت ساده نتیجه می‌دهد:

۱. اگر اول «چه کسی» را مشخص کنید و بعد «چه چیزی» را به این معنی است که افراد برای طی کردن یک مسیر مشخص استخدام نمی‌شوند، در نتیجه راحت‌تر با

تغییرات بیرونی کنار می‌آیند و در صورت لزوم مسیرشان را عوض می‌کنند.  
۲. افراد مناسب از قبل انگیزه ذاتی دارند تا بهترین نتایج ممکن را به دست آورند و بخشی از چیزی عالی باشند. پس، هیچ مشکلی برای مدیریت و انگیزه دادن به این افراد نخواهید داشت.  
۳. اگر افرادتان مناسب نباشند، حتی با داشتن بهترین مسیر موفق نمی‌شوید.

## فصل چهارم کتاب از خوب به عالی - با حقایق خشن روبه‌رو شوید، اما هرگز ایمانتان را از دست ندهید

شرکت‌های خوب تا عالی فقط یک رویا را دنبال نمی‌کنند. آن‌ها مدام مسیرشان را باتوجه‌به حقایق خشن و با ۲ روش منظم تفکر اصلاح می‌کنند:  
۱. در تمام تصمیماتشان حقایق خشن را در نظر می‌گیرند.  
۲. یک روش ساده اما روشنگر (اصل جوجه‌تیغی) برای همه تصمیمات خود دارند.

### مقابله با حقایق خشن...

رهبران خوب تا عالی محیطی ایجاد می‌کنند که در آن حقیقت شنیده می‌شود. برعکس، اگر شرکت رهبران کاریزماتیک و پرافاده داشته باشد و به‌جای تمرکز بر واقعیت‌ها بر آن‌ها تمرکز کند، به دردسر می‌افتد. برای داشتن محیطی سرشار از حقیقت باید از ۴ روش زیر کمک بگیرید:

۱. با سوال پرسیدن رهبری کنید؛ نه با پاسخ دادن. رهبران شرکت‌های خوب تا عالی می‌دانند که همه پاسخ‌ها را نمی‌دانند. آن‌ها سوالات درستی می‌پرسند که منجر به بهترین بینش‌ها می‌شود و در جلسات غیررسمی با واقعیت‌ها آشنا می‌شوند.  
۲. در گفتگو و بحث شرکت کنید، نه در اجبارها. شرکت‌های خوب تا عالی گفتگوهای عمیقی دارند و مدیران قدرتمندشان با هم بحث و مناظره می‌کنند تا بهترین پاسخ‌ها را بیابند. سرانجام نیز همگی از تصمیم نهایی حمایت می‌کنند.

۳. بدون مقصر کردن کسی، مشکلات را تحلیل کنید. این روش از شناخت و یادگیری حمایت کرده و محیطی برای شنیدن حقیقت فراهم می‌کند.

۴. مکانیزم «پرچم قرمز» ایجاد کنید. شرکت‌های خوب تا عالی اطلاعات بیشتری نسبت به شرکت‌های گروه کنترل ندارند، اما به اطلاعات مهم توجه می‌کنند. مفهوم پرچم قرمز به معنی تبدیل اطلاعات به بازخوردی است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت و حتماً به آن توجه می‌شود.

## ... با ایمانی تزلزل‌ناپذیر

نوعی احساس سرخوشی در شرکت‌های خوب تا عالی وجود دارد، زیرا به پیروزی تعهد دارند، با حقایق روبه‌رو می‌شوند و قوی‌تر و مقاوم‌تر ظاهر می‌شوند.

همه آن‌ها نماد «پارادوکس استاک‌دیل» هستند و ایمان دارند که در نهایت پیروز خواهند شد و هم‌زمان در رویارویی با خشن‌ترین واقعیت‌های موجود، نظم و انضباط خاصی از خود نشان می‌دهند. آن‌ها خوش‌بینی بی‌اساس ندارند و فکر نمی‌کنند همه چیز خودبه‌خود درست خواهد شد.

## فصل پنجم کتاب از خوب به عالی - اصل جوجه‌تیغی

این ایده بر اساس یک داستان یونانی بنام جوجه‌تیغی و روباه شکل گرفته است. روباه اهداف زیادی را دنبال می‌کند و جهان را پیچیده، پراکنده و چند تکه می‌بیند. برعکس، جوجه‌تیغی جهان را در یک ایده یا اصل ساده خلاصه می‌کند که همه کارهایش را هدایت می‌کند.

شرکت‌های خوب تا عالی در ۲ حوزه با دیگران تفاوت استراتژیک دارند:

۱. استراتژی‌های خود را بر اساس شناخت عمیق از سه دایره متحدالمرکز طراحی می‌کنند.

۲. مفهومی ساده و شفاف را مشخص می‌کنند که هدایتگر همه تلاش‌هایشان است.



## سادگی به کمک سه دایره

اصل جوجه‌تیغی در تقاطع این ۳ دایره قرار دارد:

۱. کاری که می‌توانید در آن بهترین دنیا باشید. اصل جوجه‌تیغی یک هدف/استراتژی/قصد/برنامه برای بهترین بودن نیست، بلکه شناخت چیزی است که می‌توانید در آن بهترین باشید. همچنین شناخت مواردی که نمی‌توانید در آن‌ها بهترین باشید هم بسیار مهم است. باید از «نفرین شایستگی» فاصله بگیرید، زیرا فقط به این دلیل که

کاری کسب‌وکار اصلی شما است، به این معنی نیست که می‌توانید در آن بهترین باشید

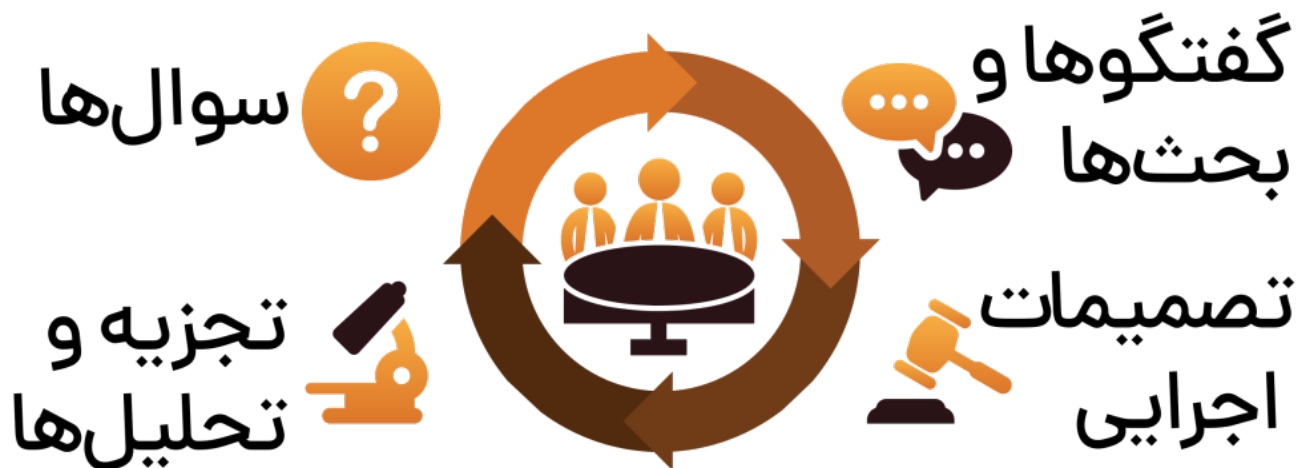
۲. آنچه موتور اقتصادی شما را به حرکت در می‌آورد. شرکت‌های خوب تا عالی یک فرمول واحد کشف کرده‌اند (سود به‌ازای هر X) که اثر زیادی بر اقتصادشان دارد و این X می‌تواند کارمندان، منطقه جغرافیایی، مشتریان، مصرف‌کنندگان و غیره باشد

۳. چیزی که واقعا به آن علاقه دارید. این مورد به برانگیختن اشتیاق ربطی ندارد، بلکه درباره کشف چیزی است که این اشتیاق را در شما ایجاد می‌کند؛ چه محصولتان باشد، چه صنعت و چه اهداف شرکت.

## یک فرایند تکراری

شفاف‌سازی اصل جوجه‌تیغی یک فرایند تکراری و زمان‌بر است. شرکت‌های خوب تا عالی به طور متوسط ۴ سال برای شفاف‌سازی این اصل تلاش می‌کنند. با این حال، وقتی آن را درک می‌کنند، حقیقت این اصل غیرقابل‌انکار است.

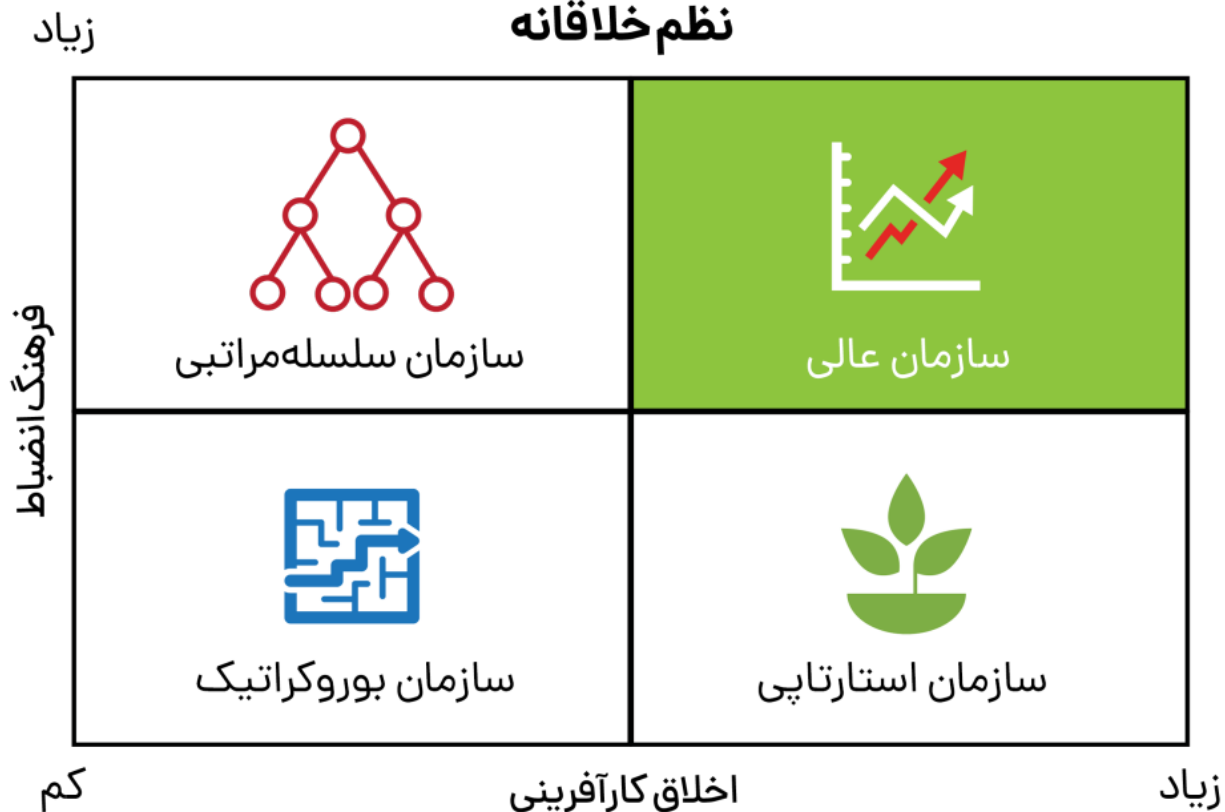
این فرایند شامل تکرار این ۴ مرحله بر اساس آن سه دایره متحدالمرکز است. باید گروهی از ۵-۱۲ فرد مناسب تشکیل دهید که به طور مرتب با هم جلسه داشته باشند، بحث و گفتگو کنند و این ۴ مرحله تکراری را اجرا کنند:



## فصل ششم کتاب از خوب به عالی - فرهنگ انضباط

اکثر استارت‌آپ‌های موفق به شرکت‌های عالی تبدیل نمی‌شوند زیرا هنگام رشد، کاغذبازی و قوانین بیهوده را جایگزین نبود صلاحیت و انضباط می‌کنند.

### ماتریس خوب به عالی نظم خلاقانه



برای جلوگیری از بوروکراسی، سلسله‌مراتب و کنترل‌های بیش از حد، با کمک افراد، فکر و عمل منظم یک فرهنگ انضباط ایجاد کنید. فرهنگ انضباط را با اخلاق کارآفرینی ترکیب کنید تا به عملکرد عالی برسید.



فرهنگ انضباط  
(با افراد، فکر و عمل منظم)

+



اخلاق کارآفرینی

=



عملکرد عالی

این فرمول چند نکته دارد:

۱. فرهنگ شرکت را حول محور آزادی عمل و مسئولیت‌پذیری در یک چارچوب یا سیستم مشخص با مولفه‌های شفاف طراحی کنید.
۲. فقط افراد منظم را استخدام کنید که برای انجام مسئولیت‌هایشان حاضر به تلاش بیش از حد هستند. به این ترتیب، شما فقط باید سیستم‌ها را مدیریت کنید، نه افرادتان را.
۳. فرهنگ نظم و انضباط ایجاد کنید، نه این‌که ظالم و مستبد باشید. شرکت‌های خوب تا عالی رهبران سطح ۵ دارند که فرهنگ نظم و انضباط پایدار را توسعه می‌دهند، در حالی که شرکت‌های ناپایدار رهبرانی دارند که سعی می‌کنند خودشان با زورگویی به سازمان نظم ببخشند.
۴. متعصبانه به اصل جوجه‌تیغی پایبند باشید. فقط کارهایی را شروع کنید یا انجام دهید که در نقطه تقاطع ۳ دایره قرار می‌گیرند. از انجام هر کاری هرچند بزرگ و جذاب خارج از این نقطه اجتناب کنید. فهرست «کارهایی که باید متوقف شوند» هم تهیه کنید تا بتوانید همه منابع خود را در ۱-۲ حوزه مهم و سازگار با اصل جوجه‌تیغی به کار بگیرید.

## فصل هفتم کتاب از خوب به عالی - فناوری‌های شتاب‌دهنده

شرکت‌های خوب تا عالی نظر متفاوتی درباره فناوری دارند:

فناوری را شتاب‌دهنده حرکت می‌دانند، نه خالق حرکت. ۸۰ درصد مدیران خوب تا عالی فناوری را یکی از ۵ عامل برتر در تحول شرکت نمی‌دانند. فناوری نمی‌تواند آغازگر تحول باشد، بلکه فقط می‌تواند به حرکت شتاب بیشتری بدهد. شرکت‌های خوب تا عالی بادقت فناوری مناسب خود را انتخاب می‌کنند. اگر فناوری با اصل جوجه‌تیغی شرکت همخوانی داشته باشد، کاملاً از آن استفاده می‌کنند و در به‌کارگیری آن پیشرو می‌شوند.

از دام فناوری اجتناب می‌کنند. شرکت‌های خوب تا عالی در مبادلات خود بر فناوری به‌عنوان یک عامل کلیدی تمرکز نمی‌کنند. آن‌ها به روندهای زودگذر فناوری واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه فقط بر اصل جوجه‌تیغی خود تمرکز می‌کنند و فناوری را فقط یکی از ابزارها یا محرک‌های سرعت بخشیدن به نتایج می‌دانند.

برعکس شرکت‌های گروه کنترل که خیلی از آن‌ها از ترس عقب ماندن از دیگران به فناوری روی آورده‌اند، شرکت‌های خوب تا عالی از اشتیاق درونی و عمیق خود برای برتری و خلاقیت انگیزه می‌گیرند. آن‌ها نگاهی کلی به فناوری دارند و هنگام استفاده از آن اعتدال و توازن را رعایت می‌کنند.

## فصل هشتم کتاب از خوب به عالی - چرخ لنگر و چرخه عذاب

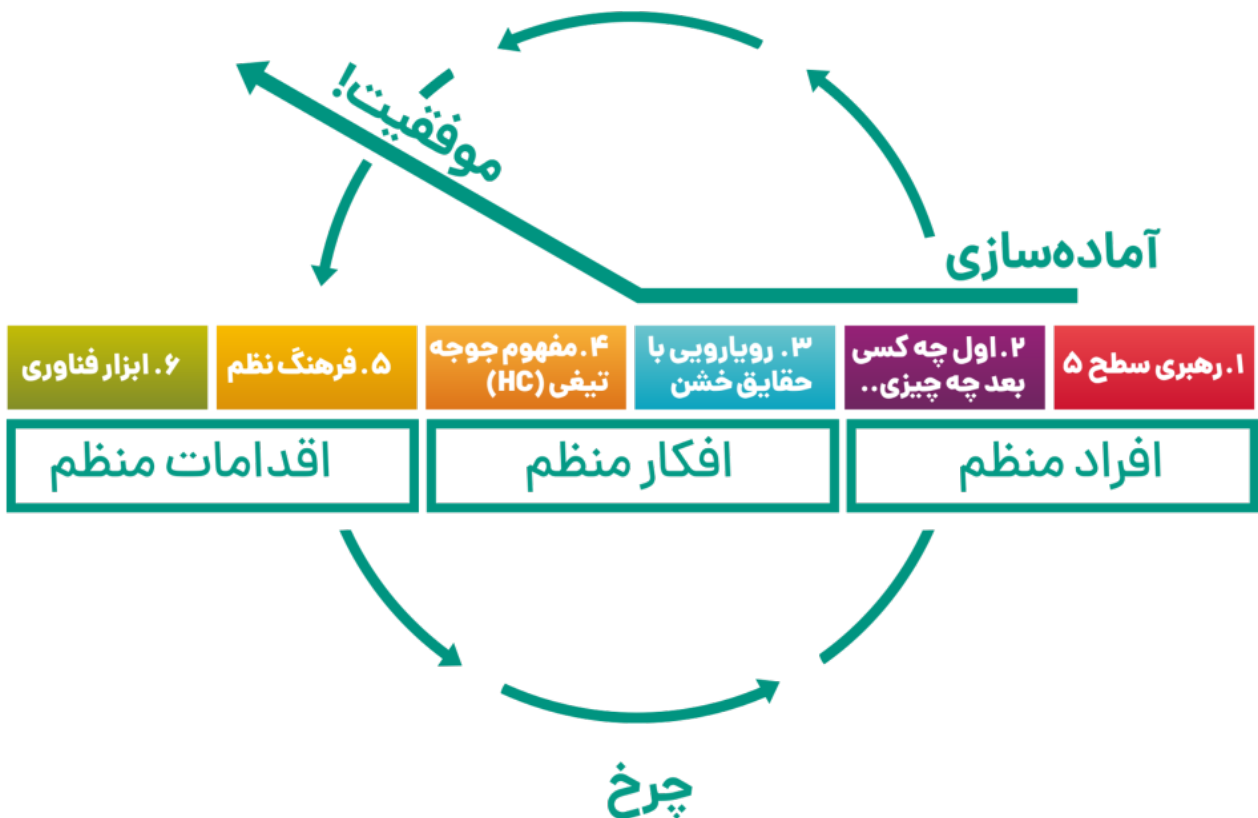
انتقال از خوب به عالی یک فرایند یک‌شبه نیست و یک عامل مشخص برای موفقیت بزرگ وجود ندارد، بلکه مجموعه‌ای از چندین گام و عامل به‌هم‌پیوسته که یکدیگر را تقویت می‌کنند، باعث موفقیت می‌شوند: درست مثل یک چرخ لنگر که مرحله‌به‌مرحله می‌چرخد و حرکت ایجاد می‌کند. معمولاً شرکت‌ها تا بعد از دیدن حقایق و نتایج از تحول خودآگاه نمی‌شوند.

یک یافته جالب این بود که شرکت‌های خوب تا عالی نیازی نداشتند با مسائلی از جمله تعهد، سازگاری و انگیزه‌بخشی دست‌وپنجه نرم کنند، زیرا به خاطر شرایط مناسب، این مشکلات خودبه‌خود حل شده بود.

شرکت‌ها معمولاً کارشان را با اعلام عمومی هدف شروع نمی‌کنند. آن‌ها مرحله به مرحله چرخ لنگر را می‌چرخانند و اقدامات و نتایج را به افرادشان معرفی می‌کنند. وقتی افراد نتایج و توان شرکت و شیوه برنامه‌ریزی را می‌بینند، به طور طبیعی از آن حمایت می‌کنند. از آنجاکه چرخ بزرگ مسیر را مشخص می‌کند، لازم نیست مدام هدف را اعلام کنند یا افراد را با رویای سازمان همسو کنند.



برعکس این روند در شرکت‌های گروه کنترل دیده می‌شود که گرفتار «چرخه عذاب» هستند: ناگهان یک مسیر/برنامه/رهبر/رویداد ظاهر می‌شود. هیچ تغییری و پیشرفتی در حرکت دیده نمی‌شود، نتایج ناامیدکننده است و افراد بدون درک و شناخت درست واکنش نشان می‌دهند.



در واقع، چرخ لنگر یک ایده بسیار پیچیده است: هریک از اجزا فشاری به این چرخ می‌آورد و همه قطعات مداوم و منسجم با هم کار می‌کنند تا حرکت و شتاب ایجاد کنند و پیشرفت نهایی را رقم بزنند.

## فصل نهم کتاب از خوب به عالی - «از خوب به عالی» و «ساختن برای ماندگاری»

در واقع، کتاب از خوب به عالی پیش‌درآمد کتاب «ساختن برای ماندگاری» است. ایده‌های کتاب «از خوب به عالی» زمینه را فراهم می‌کند تا شرکتی را از یک استارت‌آپ به نتایج بزرگ و پایدار برسانید. درحالی‌که ایده‌های کتاب «ساختن برای ماندگاری» از این هم فراتر می‌رود تا شرکتتان را به کسب‌وکاری پایدار با ساختاری مثال‌زدنی تبدیل کند.

تفاوت اصلی این است که با چرخ لنگر از همان اول به حرکت و شتاب دست پیدا

می‌کنید. شرکت‌های رویایی وقتی ظاهر می‌شوند که بتوانند ارزش‌های مهم و هدفی فراتر از سود برای خود تعیین کنند و هم‌زمان با پیشرفت مداوم، این ارزش‌ها را حفظ کنند. کالینز با ربط دادن ایده‌های ۲ کتاب نشان می‌دهد که باید با درک ۳ دایره هدفی بزرگ و ارزشمند برای خود تعیین کرده و نیرویی اتحادآور و قدرتمند برای استفاده بیشتر و عمیق‌تر از اصل جوجه‌تیغی ایجاد کنید.

امیدواریم از خواندن خلاصه کتاب از خوب به عالی لذت برده باشید.

**امیدواریم از مطالعه خلاصه کتاب از خوب به عالی لذت برده باشید و این کتاب بتواند تاثیر مفیدی در کسب‌وکار شما داشته باشد.**

## **دانلود اینفوگرافیک کتاب از خوب به عالی در یک صفحه**

[button size="big" style="primary" text]

دانلود اینفوگرافیک کتاب خوب به عالی

link="https://dle.modiresabz.com/temp/GoodtoGreat-modiresabz.pdf"

["=target