



۷ مهارت اساسی برای مدیریت کسب و کار از زبان برایان تریسی

همین حالا، در جایی از دنیا، دو کارآفرین با استعداد و سرمایه‌ای تقریباً یکسان، مدیریت کسب و کار خود را آغاز می‌کنند. یکی از آن‌ها ظرف چند سال به رشدی چشمگیر می‌رسد و دیگری در میانه راه شکست می‌خورد و همه چیز را از دست می‌دهد. چه چیزی این دو مسیر را از هم جدا می‌کند؟

پاسخ، برخلاف تصور رایج، نه شانس است و نه صرفاً میزان سرمایه یا حتی ایده اولیه. مرز باریک میان موفقیت و شکست در مدیریت کسب و کار، در نحوه فکر کردن، تصمیم‌گیری و اولویت‌بندی روزانه صاحبان کسب و کار نهفته است؛ چیزی که اغلب در سایه شلوغی روزمره، نادیده گرفته می‌شود.

برایان تریسی، یکی از شناخته‌شده‌ترین مربیان مدیریت کسب و کار در دنیا، سال‌ها صرف مطالعه رفتار کارآفرینان موفق و ناموفق کرده و به جمع‌بندی روشنی رسیده است:

["message_box text_color="light]

«موفقیت پایدار در مدیریت کسب‌وکار، حاصل تصادف نیست؛ بلکه نتیجه اعمال آگاهانه چند اصل کلیدی است. از قدرت تمرکز مطلق گرفته تا شجاعت شکست خوردن سریع، از تفکر گُند در تصمیمات سرنوشت‌ساز تا هفت رکن اساسی که هر کسب‌وکاری برای بقا به آن‌ها نیاز دارد».

[message_box/]

در این مقاله، اصول مدیریت کسب‌وکار را یک‌به‌یک بررسی می‌کنیم؛ اصولی که وارن بافت، بیل گیتس، پیترو دراگر و بسیاری از موفق‌ترین چهره‌های دنیای کسب‌وکار، آن‌ها را سرلوحه تصمیمات خود قرار داده‌اند. اگر می‌خواهید بدانید چرا برخی کسب‌وکارها اوج می‌گیرند و برخی دیگر در نیمه راه متوقف می‌شوند، ادامه این مطلب را از دست ندهید.

مرز موفقیت و شکست دقیقاً کجاست؟

آیا تابه‌حال به این فکر کرده‌اید مرز واقعی میان موفقیت‌های چشمگیر و شکست‌های سنگین در مدیریت کسب‌وکار چیست؟

در دنیای امروز، پاسخ این سوال در سه مفهوم حیاتی و درهم‌تنیده خلاصه می‌شود:

۱۰. درک پیامدها

۲۰. قدرت تمرکز

۳۰. شجاعت سریع شکست خوردن

برایان تریسی در آموزه‌های خود، این سه اصل را به‌عنوان قطب‌نمای کارآفرینان برای جلوگیری از ائتلاف وقت و رسیدن به دستاوردهای بزرگ در مدیریت کسب‌وکار معرفی می‌کند.

۱. قانون پیامدها: بدترین استفاده از زمان چیست؟

پس از دهه‌ها مطالعه در حوزه مدیریت زمان، برایان تریسی به یک اصل طلایی رسید:

[message_box text_color="light]

«ارزش واقعی هر کار، صرفاً با پیامدهای آن سنجیده می‌شود».

[message_box/]

افراد موفق تمام انرژی خود را روی کارهایی متمرکز می‌کنند که انجام دادن (یا ندادن) آن‌ها، تاثیر و پیامد بزرگی در آینده و روند مدیریت کسب‌وکار آن‌ها دارد. در مقابل، ریشه اصلی بسیاری از شکست‌ها، غرق شدن در کارهای بی‌اهمیتی است که هیچ پیامد خاصی به دنبال ندارند.

[message_box text_color="light"]

پیتر دراگر به زیبایی این مفهوم را کامل می‌کند:

«بدترین استفاده از زمان این است که کاری را که اصلاً نیازی به انجامش نیست، با بالاترین دقت و کیفیت انجام دهیم.»

[message_box/]

در عصر حاضر، بزرگ‌ترین دشمن این تفکر عمیق، اعتیاد به تکنولوژی و چک کردن مداوم صفحه‌نمایش‌هاست؛ عاملی که تمرکز روی کارهای پرپیامد را از کارآفرینان در مدیریت کسب‌وکار می‌رباید.

۲. راز مشترک ثروتمندترین مردان جهان: تمرکز مطلق

داستان معروفی از یک مهمانی شام با حضور وارن بافت، بیل گیتس و پدرش وجود دارد. وقتی از آن‌ها پرسیده شد که مهم‌ترین ویژگی برای رسیدن به موفقیت چیست، هر سه نفر بدون ثانیه‌ای مکث و هم‌زمان پاسخ دادند: «تمرکز».

در دنیای رقابتی امروز، برای مدیریت کسب‌وکار، تمرکز یک مفهوم صفر و یکی است؛ اگر بتوانید تمرکز کنید پیروز می‌شوید و در غیر این صورت، شانس نخواهید داشت. تجربه نشان داده است وقتی صاحبان مشاغل یاد می‌گیرند برای بهبود روند مدیریت

کسب‌وکار فقط روی بخش‌های کلیدی کار خود متمرکز شوند، می‌توانند در کمتر از چند ماه درآمد و حتی زمان آزاد خود را به شکل چشمگیری دو یا سه برابر کنند.

۳. شجاعت سریع شکست خوردن

در مسیر مدیریت کسب‌وکار، تمرکز به‌تنهایی کافی نیست؛ باید یاد بگیرید که سریع اقدام کنید و در صورت نیاز، سریع شکست بخورید. کارآفرینان بزرگ مسیر موفقیت را از میان همین شکست‌های سریع پیدا می‌کنند. ایده «سریع شکست خوردن» به این معناست که ایده‌های جدید را با سرعت بالا امتحان کنید، بازخورد بگیرید و اگر نتیجه‌بخش نبود، بی‌درنگ مسیرتان را اصلاح کنید.

[message_box text_color="light]

به قول توماس جی. واتسون (مدیرعامل سابق IBM):

«اگر می‌خواهید نرخ موفقیت خود را افزایش دهید، باید نرخ شکست خود را دو برابر کنید؛ چراکه موفقیت دقیقاً در آن سوی شکست قرار دارد».

[message_box/]

در واقع، موفقیت پایدار در مدیریت کسب‌وکار مستلزم این شجاعت برای جلوگیری از ضرر بیشتر است. اگر متوجه شدید ایده، محصول یا حتی نیروی کاری که استخدام کرده‌اید مناسب نیست، باید از خود بپرسید: «با اطلاعات امروز، آیا دوباره این مسیر را شروع می‌کردم؟» اگر پاسخ منفی است، باید شجاعت رها کردن را داشته باشید تا فضا برای فرصت‌های سودآورتر باز شود.

ارزشمندترین کار شما چیست؟

اگر از شما بپرسند «ارزشمندترین و پردرآمدترین کاری که برای مدیریت کسب‌وکار خود انجام می‌دهید چیست؟»، چه پاسخی می‌دهید؟

[message_box text_color="light"]

برایان تریسی به این سوال چالشی، پاسخی صریح و یک‌کلمه‌ای می‌دهد: «تفکر».

[message_box/]

بر اساس قانون پیامدها، از آنجا که نتایج تصمیمات شما تمام جنبه‌های مدیریت کسب‌وکار و زندگی‌تان را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد، می‌توان گفت «کیفیت زندگی شما، بازتاب مستقیمی از کیفیت تفکر شماست.» هرچه زمان بیشتری را آگاهانه صرف تفکر شفاف، عمیق و بدون مزاحمت کنید، دستاوردهای بزرگ‌تری در انتظار شما خواهد بود؛ اما چرا در دنیای امروز، تفکر عمیق تا این حد کمیاب شده است؟

۱. قاتل خاموش تمرکز در مدیریت کسب‌وکار

برایان تریسی اعتیاد به ابزارهای فناوری و صفحه‌نمایش‌ها را «نابودکننده نسل حاضر» می‌داند. در دنیای مدرن، بمباران اطلاعاتی و وابستگی به گوشی‌های هوشمند، مانع اصلی تفکر عمیق برای بهینه‌سازی مدیریت کسب‌وکار است. او افرادی را که نمی‌توانند چشم از صفحه‌نمایش بردارند، به معتادانی تشبیه می‌کند که در چرخه‌ای از واکنش‌های بی‌هدف گرفتار شده‌اند.

وقتی ذهن شما با هر صدای پیام یا نوتیفیکیشنی از جا می‌پرد، عملکرد آن شبیه به فردی با «اختلال نقص توجه (ADD)» می‌شود که مانند کارگری سرگردان در یک کارخانه اسباب‌بازی، سراسیمه به هر سو می‌دود. در چنین شرایط آشفته‌ای، امکان تمرکز و تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه عملاً به صفر می‌رسد.

۲. راز آرامش میلیاردرها در زمان بحران

تریسی با بررسی عملکرد ثروتمندترین افراد جهان (حاضران در لیست فوربس ۴۰۰) در جریان بحران‌های بزرگ اقتصادی و چالش‌های مدیریت کسب‌وکار، به یک ویژگی مشترک و شگفت‌انگیز رسید: «رهبران تراز اول در مواجهه با مشکلات حاد، کاملاً آرام می‌شوند».

راز این آرامش در عملکرد مغز نهفته است. هنگامی که ذهن شما آرام است، بخش منطقی و تصمیم‌گیرنده مغز در بالاترین سطح ظرفیت خود فعال می‌شود؛ درست مانند درختی که تمام چراغ‌هایش به یک‌باره روشن شده است.

اما زمانی که عصبانی، مضطرب یا نگران می‌شوید، کنترل مغز به دست سیستم لیمبیک (بخش هیجانی) می‌افتد. این سیستم، توانایی تفکر شفاف را به شدت سرکوب کرده و شما را به سمت تصمیمات احساسی و اشتباهات جبران‌ناپذیر سوق می‌دهد. به همین دلیل مدیران موفق، با تمرین‌هایی مانند مدیتیشن، ذهن خود را شرطی می‌کنند تا در دل بحران‌ها، سریعاً به نقطه آرامش بازگردند.

تفکر سریع و کند در مدیریت کسب‌وکار

دانیل کانمن، برنده جایزه نوبل، در کتاب معروف خود مکانیزم تفکر انسان را به دو سیستم تقسیم می‌کند:

تفکر سریع

شهودی، غریزی، خودکار و واکنشی است. این نوع تفکر شبیه رانندگی در ترافیک است که صرفاً بر اساس عادت واکنش نشان می‌دهید. تفکر سریع فقط برای تصمیم‌های روزمره با پیامدهای ناچیز (مثل انتخاب غذا از منوی رستوران) مناسب است.

تفکر کند

زمانی است که آگاهانه ترمز می‌کنید، سرعت تصمیم‌گیری را پایین می‌آورید و برای تحلیل دقیق، ارزیابی گزینه‌ها و سنجش پیامدها وقت می‌گذارید.

بزرگ‌ترین اشتباه استراتژیک در روند مدیریت کسب‌وکار این است که کارآفرینان در موقعیت‌هایی که نیاز به تفکر کند دارند، از تفکر سریع استفاده می‌کنند. آن‌ها تصمیمات سرنوشت‌سازی که هزینه‌های بالا و پیامدهای طولانی‌مدت دارند را بر اساس واکنش‌های لحظه‌ای می‌گیرند.

یکی از بارزترین نمونه‌های این اشتباه، در استخدام نیروها دیده می‌شود.

["message_box text_color="light]

به نقل از پتر دراگر:

«تصمیم‌گیری‌های سریع در مورد استخدام افراد، تقریباً همیشه اشتباه از آب در می‌آیند.»

[message_box/]

وارد کردن یک فرد جدید به یک موقعیت کلیدی، پیامدهای بسیار بزرگی برای آینده سیستم و مدیریت کسب‌وکار شما دارد؛ بنابراین چنین تصمیمی نیازمند تفکر کند، بررسی همه‌جانبه و صبوری است. (دیر استخدام کنید و اگر اشتباه کردید، سریع اخراج کنید!).

۳ ابزار قدرتمند برای تفکر اصولی

برایان تریسی سه ابزار فکری معرفی می‌کند که هر کارآفرینی باید در زندگی و روند مدیریت کسب‌وکار خود اعمال کند:

۱. تفکر بر مبنای صفر

تفکر بر مبنای صفر یا (Zero-based Thinking)، می‌گوید همواره از خود بپرسید: «با دانستن آنچه اکنون می‌دانم، آیا در زندگی و مسیر مدیریت کسب‌وکار من چیزی وجود دارد که اگر امروز قرار بود دوباره آن را شروع کنم، وارد آن نمی‌شدم؟»

اگر پاسخ مثبت است، باید به سرعت از آن خارج شوید و جلوی ضرر را بگیرید (چه در روابط شخصی، چه استخدام کارمندان اشتباه و چه سرمایه‌گذاری غلط). داشتن شجاعت برای پذیرش اشتباه و رها کردن مسیر غلط، از الزامات این نوع تفکر است.

۲. تفکر درباره بدترین پیامد ممکن

در هر وضعیتی از مدیریت کسب‌وکار، از خود بپرسید «بدترین اتفاقی که ممکن است رخ دهد چیست؟». اگر بتوانید با بدترین نتیجه ممکن کنار بیایید، نگرانی شما از بین می‌رود و ذهن آرام می‌شود. سپس می‌توانید با تفکر شفاف، اقداماتی انجام دهید که از وقوع آن پیامد بد جلوگیری کنید.

۳. اصل محدودیت‌ها

بین شما و هدفی که در استراتژی‌های مدیریت کسب‌وکار می‌خواهید به آن برسید (مانند دو برابر کردن درآمد)، همیشه یک محدودیت یا عامل بازدارنده وجود دارد. جالب اینجاست بر اساس قانون ۸۰/۲۰، ۸۰ درصد از این محدودیت‌ها درونی هستند (درون خود شما یا شرکتتان) و تنها ۲۰ درصد به عوامل بیرونی (مثل بازار، رقبا یا دولت) بستگی دارند.

معمولا این محدودیت درونی، کمبود یک «مهارت» خاص است؛ اما خبر خوب این است تمام مهارت‌های تجاری و مرتبط با مدیریت کسب‌وکار کاملا قابل‌یادگیری هستند.

۷ مهارت اساسی که برای مدیریت کسب‌وکار باید بلد باشید!

برایان تریسی توضیح می‌دهد ۷ رکن اساسی وجود دارند که مانند شماره‌گیری یک قفل رمزدار یا یک شماره تلفن ۷ رقمی هستند؛ اگر حتی یکی از این ارقام را اشتباه وارد کنید یا نادیده بگیرید، ارتباط برقرار نمی‌شود و کسب‌وکار شما با شکست مواجه خواهد شد.

نکته نویدبخش این است تمام مهارت‌های کسب‌وکار، آموختنی و قابل‌یادگیری هستند و هیچ‌کس با این مهارت‌ها متولد نشده است. در ادامه، جزئیات عمیق‌تر، داستان‌ها و معیارهایی که برایان تریسی برای هر یک از این ۷ رکن مطرح کرده است، ارائه می‌شود:

۱. رهبری عالی

رهبری در مدیریت کسب‌وکار صرفا یک عنوان جذاب نیست؛ بلکه مسوولیتی مستقیم برای کسب نتیجه و تخصیص درست منابع است. برایان تریسی ابعاد رهبری عالی در مدیریت کسب‌وکار را این‌گونه ترسیم می‌کند:

• **اتخاذ تصمیمات سخت:** کار اصلی یک رهبر در مدیریت کسب‌وکار، تفکر کند، نگاه طولانی‌مدت و گرفتن تصمیم‌های سختی است که دیگران از آن فرار می‌کنند. اگر تصمیم‌گیری آسان بود، همه به رهبرانی ثروتمند تبدیل می‌شدند. پیتز دراکر می‌گوید اولین سوال یک رهبر باید این باشد: «چه نتایجی از من انتظار می‌رود؟» تمرکز رهبر باید منحصراً روی نتایجی باشد که فروش و سودآوری در مدیریت کسب‌وکار را تضمین می‌کند.

• **قانون طلایی عدم شکایت:** یک رهبر هرگز حق ندارد درباره کارمندان، شرایط بازار یا چالش‌های مدیریت کسب‌وکار نزد دیگران شکایت کند. تریسی این رفتار را به برداشتن غذا از بوفه تشبیه می‌کند: «انگار خودتان غذایی را بردارید و مدام غر بزنی که چرا بدطعم است! خب چرا آن را برداشتید؟» اگر کارمندی ضعیف است، شما او را برای مدیریت کسب‌وکار خود استخدام کرده‌اید؛ یا سیستم را اصلاح کنید، یا سکوت کنید.

• **تمرکز محض بر راه‌حل:** رهبران عالی هنگام مواجهه با بحران‌ها (مثل بدهی یا شکایت مشتری) ذهن خود را فقط روی یک چیز متمرکز می‌کنند: راه‌حل بعدی چیست؟ مدیران ضعیف در مدیریت کسب‌وکار به دنبال مقصر می‌گردند که نتیجه‌ای جز خشم و فلج شدن سیستم ندارد. ژنرال کالین پاول می‌گوید: «رهبری یعنی توانایی حل مسئله». تمرکز بر راه‌حل، ذهن را آرام، انرژی را بالا و خلاقیت را بیدار می‌کند.

۲. محصول یا خدمات عالی

به عقیده تریسی، ۹۰ درصد موفقیت در مدیریت کسب‌وکار به کیفیت محصول یا خدمات بستگی دارد. تلاش برای فروش یک محصول متوسط با ترفندهای بازاریابی، صرفاً هدر دادن سرمایه در مدیریت کسب‌وکار است.

تبلیغات دهان‌به‌دهان

تریسی داستان دوستش «میچ» را روایت می‌کند که صاحب سه رستوران تراز اول بود

و بدون صرف حتی یک دلار برای تبلیغات، همیشه رستوران‌هایی پر از مشتری داشت.

[message_box text_color="light"]

سنجه طلایی کیفیت محصول در مدیریت کسب‌وکار این است: «چند درصد از مشتریان، شما را به دوستانشان پیشنهاد می‌دهند؟»

[message_box/]

این نرخ در شرکت‌های معمولی ۳۰ تا ۳۵ درصد است؛ اما برای برندی مثل اپل، مشتریان در پیاده‌رو می‌خوانند تا محصول جدید را بخرند و خود، به بزرگ‌ترین نیروی فروش رایگان شرکت تبدیل می‌شوند.

وسواس نسبت به مشتری

بررسی‌ها نشان می‌دهد مدیران ۵۰۰ شرکت با سریع‌ترین رشد جهانی، وسواس عجیبی روی مشتریان خود دارند. راز موفقیت آن‌ها در مدیریت کسب‌وکار، ارتباط مستقیم، ملاقات حضوری و پاسخگویی شخصی به شکایات است.

سرمایه‌گذاری روی کیفیت

تحقیقات مجله Inc ثابت کرده است که پرسودترین بخش برای سرمایه‌گذاری در مدیریت کسب‌وکار، «بهبود مداوم کیفیت محصول» است. در متدهای مدرنی مثل Lean Startup، پیشروان مدیریت کسب‌وکار حتی ایده اولیه را پیش از ساخت نهایی به مشتری نشان داده و محصول را شانه‌به‌شانه او توسعه می‌دهند تا چرخه خرید مجدد تضمین شود.

۳. طرح کسب‌وکار عالی

برنامه‌ریزی برای مدیریت کسب‌وکار به زبان ساده یعنی تفکر کند و طولانی‌مدت روی کاغذ. در این مرحله باید تمام هزینه‌ها، سودها، تکنولوژی‌ها و از همه مهم‌تر «افراد کلیدی» پیش‌بینی شوند.

داستان ناپلئون و اسب‌ها

ژنرال‌های ناپلئون دور نقشه اروپا در حال برنامه‌ریزی برای حمله بودند. ناپلئون نگاهی به نقشه‌ها انداخت و گفت: «آقایان، ما نمی‌توانیم این کار را بکنیم؛ چون ما اسب نداریم!» اسب‌ها موتور محرک ارتش برای کشیدن ارابه‌های تدارکاتی بودند؛ پیاده‌نظام را می‌شد در طول مسیر استخدام کرد؛ اما اسب‌ها کمیاب و حیاتی بودند.

در مدیریت کسب‌وکار نیز ایده‌ها فراوان‌اند؛ اما «اسب‌های شما» همان متخصصانی هستند که بار اصلی را به دوش می‌کشند. یک طرح دقیق نشان می‌دهد پیش از شروع مدیریت کسب‌وکار، چگونه این منابع و نیروهای کلیدی را تامین کنید.

۴. طرح بازاریابی عالی

یکی از چالش‌های مهم در مدیریت کسب‌وکار، درک تفاوت دقیق میان بازاریابی و فروش است.

تفاوت بازاریابی و فروش

اگر در یک جمعیت بزرگ بپرسید: «کسی اینجا گرسنه است؟»، کسانی که دست بلند می‌کنند، مخاطبان علاقه‌مند شما هستند (این یعنی جذب و بازاریابی در مدیریت کسب‌وکار). اما وقتی می‌گویید: «من یک رستوران دارم و به این دلایل باید به‌جای رقیب، پیش من بیایید»، وارد مرحله فروش شده‌اید.

نشانه بازاریابی عالی

زمانی در مدیریت کسب‌وکار خود بازاریابی عالی دارید که جریانی مداوم از مشتریان راغب به سمت شما سرازیر شوند، ایمیل بزنند یا پشت درِ شرکت شما صف بکشند.

خطر تبلیغ محصول ضعیف

تریسی هشدار می‌دهد که سریع‌ترین راه برای نابودی در مدیریت کسب‌وکار، تبلیغات گسترده برای یک محصول بی‌کیفیت است؛ زیرا باعث می‌شود افراد بیشتری با سرعت بالا متوجه ضعف شما شوند و شکستتان قطعی گردد.

۵. طرح فروش عالی

بازاریابی، مشتری را جذب می‌کند، اما فروش عالی در مدیریت کسب‌وکار، او را به خریدار نهایی تبدیل می‌کند.

سیستم‌سازی فرایند فروش

موفق‌ترین الگوهای مدیریت کسب‌وکار در دنیا، دارای یک فرایند فروش کاملاً مدون و حرفه‌ای هستند. فروشندگان آن‌ها در آمریکا، لهستان یا آفریقای جنوبی، دقیقاً از یک سناریو و متدولوژی یکسان برای ارتباط و بستن قرارداد استفاده می‌کند.

افزایش ۱۰۰ درصدی فروش

تریسی شرکتی را مثال می‌زند که به دلیل رفتارهای سلیقه‌ای فروشندگانش در آستانه ورشکستگی بود. با سیستماتیک کردن فرایند فروش در این مدیریت کسب‌وکار، فروش آن‌ها ۱۰ برابر (۱۰۰۰ درصد) شد. یک فرایند فروش علمی می‌تواند نرخ تبدیل معامله را تا ۵۰۰ درصد افزایش داده و نسبت بستن قرارداد را از «۱ به ۱۰» به «۹ به ۱۰» برساند.

۶. آمار و ارقام عالی

در یک سیستم موفق برای مدیریت کسب‌وکار، تمام فعالیت‌ها باید به فرم ریاضی و عددی قابل اندازه‌گیری باشند (مانند وسواس شدید جف بزوس روی ثانیه‌های پاسخگویی و تحویل کالا در آمازون).

یافتن عدد طلایی

در مدیریت کسب‌وکار باید عددی را پیدا کنید که به دقیق‌ترین شکل، موفقیت و آینده شما را پیش‌بینی می‌کند. برخلاف تصور عموم، این عدد «میزان فروش کلی» نیست. اگر در مدیریت کسب‌وکار روی هر فروش ضرر کنید، فروش بیشتر فقط سرعت ورشکستگی را بالا می‌برد.

تمرکز بر حاشیه سود واقعی

یک کارآفرین ۲۶ ساله در آستانه ورشکستگی کامل، با تغییر تمرکز خود روی «حاشیه سود خالص واقعی» توانست مدیریت کسب و کار خود را نجات دهد. او بررسی کرد که پس از کسر تمامی هزینه‌های مخفی (مثل جذب مشتری، استهلاک، نیروی کار، اجاره و قبوض) دقیقا چقدر پول نقد از هر فروش باقی می‌ماند و با تکیه بر همین فرمول در مدیریت کسب و کار، درآمد شرکتش را به ۱۰۰ میلیون دلار رساند.

۷. تجربه و خدمات مشتری عالی

این مرحله، ضامن تکرار خرید، بقا و رشد ارگانیک در مدیریت کسب و کار است. رهبران موفق، نسبت به خوشحال کردن مشتری وسواس دارند؛ تا جایی که اگر شکایتی ثبت شود، مدیرعامل شب خوابش نمی‌برد و برای حل مشکل شخصا با مشتری شاکی تماس می‌گیرد.

فلسفه زاپوس

تونی شی، مدیرعامل فقید زاپوس، فلسفه مدیریت کسب و کار خود را بر این پایه استوار کرد: «ما در بیزینس تولید خوشحالی برای مشتری هستیم؛ فقط تصادفا کفش هم می‌فروشیم!»

این تمرکز محض بر خوشحالی مشتری در روند مدیریت کسب و کار، باعث شد شرکتش با رقم ۱.۲ میلیارد دلار توسط آمازون خریداری شود. برندهای محبوبی که مردم به آن‌ها وفادار می‌مانند، دقیقا همان‌هایی هستند که در فرایند مدیریت کسب و کار، احساس ارزشمند بودن و شادی را به مشتریان خود هدیه می‌دهند.

از کجا شروع کنیم؟

همان‌طور که دیدیم، مرز میان موفقیت و شکست در مدیریت کسب و کار، چیزی جز تفاوت در نحوه تفکر، تصمیم‌گیری و یادگیری مستمر نیست. از قانون پیامدها گرفته

تا هفت رکن اساسی مدیریت کسب‌وکار، تمام این اصول در نهایت به یک نقطه مشترک می‌رسند: «توانایی یادگیری سریع‌تر، عمیق‌تر و کاربردی‌تر از رقبا».

کتاب ابریادگیری

نکته جالب اینجاست که برایان تریسی، همان کسی که این اصول را برای مدیریت کسب‌وکار تدوین کرده، در کتاب دیگری با عنوان SuperLearning دقیقاً به همین سوال پاسخ می‌دهد: «چگونه می‌توان مهارت‌های جدید را سریع‌تر یاد گرفت و در عمل به کار بست؟»

اگر به یاد بیاورید، در همین مقاله اشاره شد تمام مهارت‌های لازم برای مدیریت کسب‌وکار، از رهبری و فروش گرفته تا تحلیل اعداد و ارقام، کاملاً قابل‌یادگیری هستند. کتاب SuperLearning در واقع نقشه راهی است برای همین فرایند؛ اینکه چگونه مغز خود را برای یادگیری سریع‌تر این مهارت‌ها آماده کنید، تمرکز عمیق‌تری روی آموخته‌های خود داشته باشید و به‌جای انباشتن اطلاعات پراکنده، آن‌ها را به دانشی کاربردی برای مدیریت کسب‌وکار تبدیل کنید.

[message_box text_color="light"]

به بیان دیگر، هر اصلی که در این مقاله خواندید، از تفکر کند گرفته تا شجاعت شکست سریع، خودش نیازمند یک مهارت پایه‌ای‌تر است: «مهارت یادگیری موثر». بدون این مهارت، حتی بهترین توصیه‌ها هم در عمل به نتیجه نمی‌رسند.

[message_box/]

به همین دلیل، پیشنهاد می‌کنیم «خلاصه کتاب ابریادگیری» اثر برایان تریسی را نیز مطالعه کنید تا با تکنیک‌های عملی یادگیری سریع آشنا شوید؛ تکنیک‌هایی که مکمل مستقیم اصول این مقاله هستند و می‌توانند مسیر شما را در مدیریت کسب‌وکار هموارتر کنند.