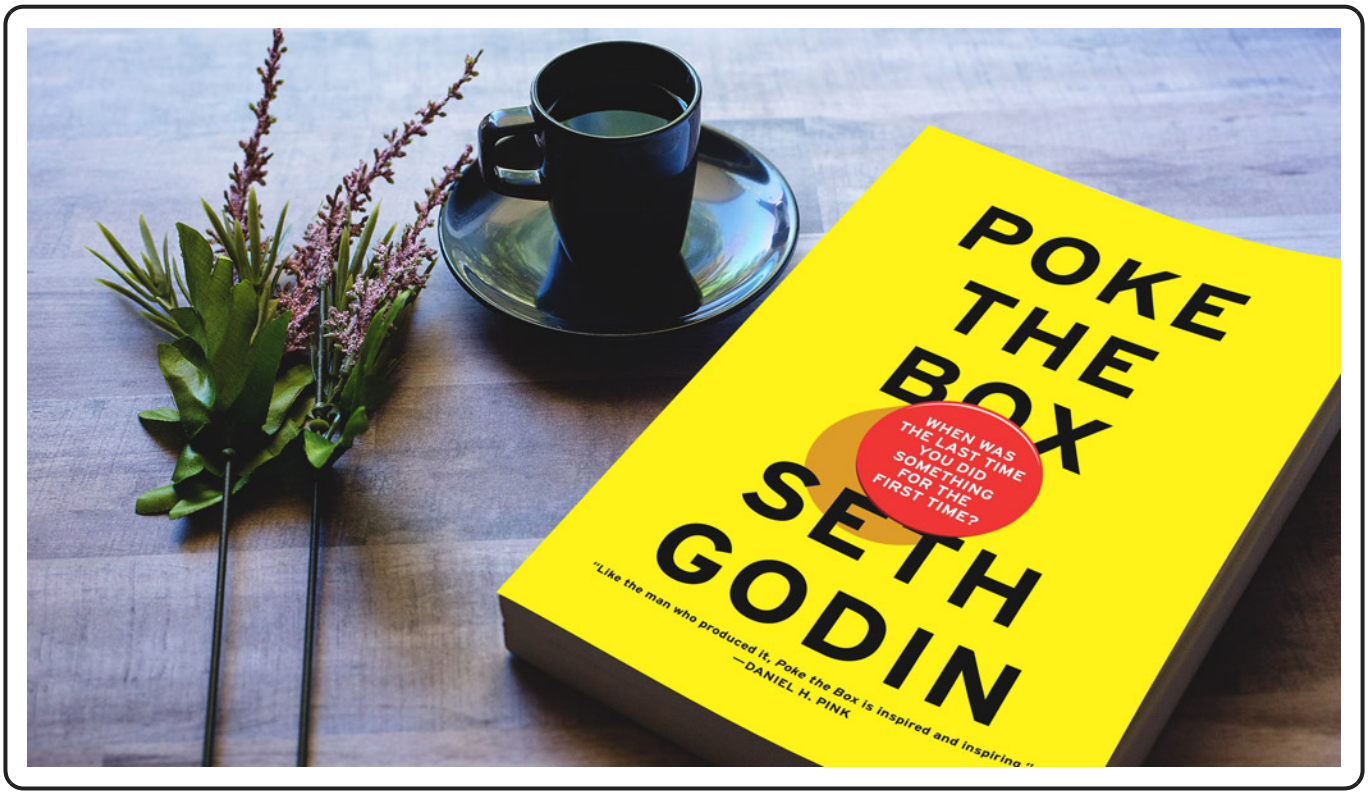

خلاصه کتاب به جعبه دست بزن

نکات خلاصه کتاب «به جعبه دست بزن، نوشته ست گادین»

- آخرین باری که کاری را برای اولین بار انجام دادید کی بود؟
- شروع کردن، قدرتمند و تغییردهنده زندگی است.
- در دنیای رقابتی امروز، آغاز، تنها وسیله ایجاد تمایز است.
- وقتی «کنجکاوی می‌کنید» ایده‌های جدید را تجربه کرده و نسبت به آن‌ها پذیرا می‌شوید.
- زمانی باید کنجکاوی کنید که «هزینه اشتباه کردن کمتر از هزینه بیکار نشستن باشد».
- از شکست نترسید؛ شکست پله‌ای غیرقابل اجتناب در نردبان ترقی است.
- شرکت‌ها مایلند که با ارزش بیشتر برای سازگاری و فرمانبری نسبت به ابتکار، تعادل را تقویت کنند.

- ایده خود را به محصول یا خدمتی تبدیل کنید که می‌توانید آن را حمل کنید، یعنی به بازار بیاورید.
- اگر جرات و اشتیاق ورود به بازار را نداشته باشید، بهترین برنامه کسب‌وکار هم با شکست روبه‌رو خواهد شد.
- ایده‌هایی را انتخاب کنید که احساس می‌کنید بیشترین کارایی را دارند. سپس شروع کنید.

آنچه در این چکیده می‌آموزید

واین گرتسکی قهرمان هاکی موضوع این کتاب ست گادین را به‌خوبی در یک جمله خلاصه کرد: «۱۰۰ درصد شوت‌هایی که انجام نمی‌دهید را از دست می‌دهید.» گادین در هر صفحه و به روش‌های گوناگون شما را برای پرتاب کردن شوت‌هایتان نصیحت می‌کند، با چرب‌زبانی متقاعد کرده و مجبور می‌کند. او شما را به سمت شروع می‌راند! زیرا معتقد است که نوآوری همراه با اقدام، تنها راه موفقیت در دنیای رقابتی امروز است؛ که خدمات خوب و باکیفیت استاندارد این دنیا هستند. مدیرسبز این کتاب را به آن‌هایی پیشنهاد می‌کند که برای بیدار شدن به تلنگری محکم نیاز دارند.

می‌خواهم شروع کنم

همیشه شخصی به دنبال این است تا ببیند چه کسی کاری که شما انجام می‌دهید را سریع‌تر، ارزان‌تر و حتی شاید بهتر انجام می‌دهد. اینترنت به روش‌های گوناگونی چنین کاری را تسهیل کرده است؛ پول، دسترسی و اندازه مانند گذشته از قدرت خود استفاده نمی‌کنند. ایده‌ها، کارمندان، کارخانه‌های فیزیکی، مواد اولیه، سرمایه‌گذاری، بازاریابی و حمل‌ونقل، ارزان‌تر و در دسترس‌تر از گذشته هستند. تنها لازمه، ترکیب همه این عناصر و تبدیل آن به یک فرمول موفق، اشتیاق و تصمیم به شروع کار است. «آغاز» تنها متمایزکننده است.

الزامات هفت‌گانه

موفقیت ۷ لازمه دارد:

۱. از بازار، فرصت‌ها و این‌که چه کسی هستید آگاهی داشته باشید.
۲. تحصیل کنید تا درک درستی از رویدادهای اطراف خود داشته باشید.
۳. با مردم در تماس باشید تا در هنگام ورودتان به بازار، به شما اعتماد کنند.
۴. ثبات رویه داشته باشید تا سیستم بداند چه انتظاری باید از شما داشته باشد.
۵. دارایی برای خود ایجاد کنید تا چیزی برای فروش داشته باشید.
۶. بهره‌ور باشید تا بتوانید قیمت‌های خوبی برای محصولات خود تعیین کنید.
۷. جرات، اشتیاق و عشق شروع کار را داشته باشید.

این ۷ دستور سوخت هر چیز دیگری را نیز تامین می‌کند. بدون آن، موفقیت دور از دسترس شما باقی خواهد ماند.

به جعبه دست بزن

یکی از استادان دانشگاه MIT برای پسر خردسال خود یک جعبه آوازه‌خوان ساخت. این اختراع فلزی سنگین مانند یک اسباب‌بازی معمولی به نظر نمی‌آمد. این جعبه دکمه‌هایی داشت که وقتی کودک آن‌ها را در جهات مختلف می‌چرخاند، چراغ‌هایی روشن شده یا صدایی از آن خارج می‌شد. کودک در نتیجه بازی با دکمه‌ها و دیدن نتایج آن‌ها، نحوه عکس‌العمل جعبه را یاد گرفت. شما نیز مانند او با دست‌کاری جعبه و کنجکاوی تجربه پیدا می‌کنید و نسبت به ایده‌های جدید و نتایج غیرقابل‌پیش‌بینی پذیراتر می‌شوید.

برنامه‌نویسان کامپیوتر یک نمونه عملی به جعبه دست بزن هستند که مسیر خود را با این روش پیدا می‌کنند. آن‌ها چیزی را در کامپیوتر خود آزمایش می‌کنند، نتایج آن را یادداشت می‌کنند، تنظیماتی انجام می‌دهند و سپس مجددا تلاش می‌کنند. آن‌قدر

در جعبه خود کنجکاوی و دست‌کاری می‌کنند تا رازهایش را آشکار سازند و به ارباب او تبدیل شوند.

نگذارید که هیبت ایده شروع، شما را از تلاش باز دارد. برای اثرگذار بودن، لازم نیست دنیا را تغییر دهید. در حقیقت، می‌توانید کار خود را به هزاران روش بزرگ و کوچک، از پشت میز خود و در شرکت کارفرمایتان آغاز کنید. اگر مشکلی را تشخیص دادید و راه‌حلی برای آن دارید، آن را اجرا کنید. مهم نیست که روش بهتری برای پاسخگویی به تلفن، کمک کردن به یک همکار یا تنظیم یک دستگاه باشد، آن را انجام دهید!

قبل از گوگل و زمانی که رقابت محلی بود، اختراع کردن برای مدت‌زمانی طولانی حاشیه‌ای برای شما ایجاد می‌کرد. امروز، رقبا به‌سرعت از نوآوری شما تقلید کرده و برتری شما را از بین می‌برند. برای پیشرفت در این محیط کسب‌وکار باید دائما شرایط موجود را برهم بزنید. نوآوری و تغییر را با کسب‌وکار روزانه خود بیامیزید.

«تغییر» در مقابل «ریسک»

تغییر جریان است، حرکت و تغییری دائمی که در اطراف شما رخ می‌دهد. ریسک با جریان فرق دارد؛ زیرا مستلزم انجام کاری است که ممکن است نتیجه‌بخش باشد یا نباشد. اگر اغلب ریسک کنید، شکست می‌خورید. بسیاری از مردم ریسک کردن را با «حرکت یا تغییر» اشتباه می‌گیرند و در برابر هر تغییری مقاومت می‌کنند. این عمل به دو دلیل ناکاراست: اول اینکه ریسک کردن و شکست خوردن ذاتا اشتباه نیست. دوم اینکه آن‌هایی که هر اقدامی را پرریسک تلقی می‌کنند، از هر حرکت و تغییری می‌ترسند. دنیای کسب‌وکار دائما در حال تغییر است. امتناع از حرکت، نوآوری و تغییر بدتر از ایستایی و مانند پسرفت است.

تا زمانی که شکست، نتیجه حرکت برای رسیدن به ایده‌آلی با مقاصد خوب باشد، بد نیست. در مجموع، اغلب افراد موفق قبلا شکست خورده‌اند. شکست یکی از پله‌های نردبان ترقی است. ترسیدن از به‌هم‌ریختن شرایط موجود، ماهیت انسان است. مغز

شما در برابر ندای درونی که بازدارنده شما از فرصت‌ها است، مقاومت می‌کند. به‌جای تسلیم شدن در مقابل این خرابکار درونی به صدای فکر خود درباره ماهیت آن گوش دهید و سپس آن را فراموش کنید.

وقتی تعادل قابل‌قبول شد

با برنامه‌ریزی روز خود، آمدن به‌موقع سرکار، انجام کار با توان زیاد و چسبیدن به آن، شروع سرزنده‌ای داشته باشید. به موفقیت خود بسنده نکنید. بگذارید ضمیرتان شما را وادار کند تا بهترین آنچه در توان دارید را انجام دهید. از مثال گوگل تبعیت کنید. وقتی گوگل موفق شد، موسسان آن برخلاف نصیحت سرمایه‌گذارن وال‌استریت، نوآوری را متوقف نکردند.

امروز، اغلب محصولات به‌گونه‌ای کار می‌کنند که طراحان آن‌ها می‌خواهند. خمیردندان، دندان‌ها را تمیز و سفید می‌کند. اتومبیل شما را به هرجایی که بخواهید می‌برد و آی‌پدها موضوعات شفافی را انتقال می‌دهند. امروزه، وقتی چیزی درست کار نمی‌کند، تعجب‌برانگیز است. کیفیت بیش از هر زمان دیگری مهم است. صرف انجام تعهدات، شما را متمایز و برجسته نمی‌کند. اکنون برند شما باید به‌تدریج رشد کرده و تازه باقی بماند. شما انتخاب محدودی دارید، مگر اینکه از کیفیت فراتر روید و موارد جالب، مرتبط و جدید را جستجو کنید.

سازمان‌ها به روش‌های زیادی تعادل را تشویق می‌کنند. شرکت‌ها جدای از اعطای استقلال و آزادی به کارمندان برای نوآوری، پیگیری ثبات و فرمان‌برداری را انتخاب می‌کنند. نتیجه این است که افراد کارت ورود می‌زنند، کارشان را انجام می‌دهند و به خانه می‌روند. در این محیط، تعادل به استاندارد تبدیل می‌شود. به بیان دیگر، اگر از درخواست‌های خاص می‌ترسید، اگر کارمندانی فریب‌کار دارید، اگر باید برای همه کارهای خود دستورالعملی تهیه کنید، شانس کمی برای ایجاد نشاط در افراد دارید.

تمایل بهره‌وری کارا و قابل‌تکرار، از شرکت اتومبیل‌سازی هنری فورد نشات می‌گیرد. او

سیستم کارخانه‌ای تولید صدها و هزاران اتومبیل مشابه را به دفعات فراوان و به ارزان‌ترین روش ممکن گسترش داد. این سیستم اتوماتیک احتمال ریسک، تغییر و ابتکار را تضعیف می‌کرد. امروزه، سازمان‌های موفق مانند گوگل و اپل ، الگوی کسب‌وکاری را رواج داده‌اند که باتوجه‌به آن پروژه‌های نوآورانه‌ای را شروع می‌کنند که این پروژه‌ها مرتبا رشد کرده، بهبود می‌یابند و گسترش پیدا می‌کنند. وقتی یک پروژه به اتمام رسید، شرکت موظف است که پروژه دیگری را آغاز کند.

نتیجه دیگر حفظ یک محیط کاری منسوخ و سرکوب‌کننده ابتکار این است که افراد ایده‌های جدیدی ارائه نمی‌کنند. به‌جای آن، منتظرند که شخص بالای نردبان و راس هرم ابتکار را در دست بگیرد و کاری را شروع کند. نویسندگان امیدوارند که کارگزارها تصمیم به فروش کتاب‌های آن‌ها بگیرند، کارمندان منتظرند که مدیران آن‌ها را ارتقا دهند و ورزشکاران امیدوارند که یک تیم حرفه‌ای آن‌ها را برگزینند. ذهنیت «مرا انتخاب کن» محدودیت آور است. این قدرت را پس بگیرید و خودتان را برای شغل مطلوبتان برگزینید.

زمان مناسب برای دست زدن به جعبه

برای نوآور بودن لازم نیست که یک کارآفرین مستقل باشید. همه انواع کسب‌وکارها با داشتن کارمندان ریسک‌پذیر کسب سود می‌کنند. کارفرمایان معتقدند که یافتن افرادی که مشتاق به‌کارگیری نبوغ خود در پروژه‌های جدید و پیشرفت هستند، دشوار است. حتی اگر پروژه شکست بخورد، مدیران افرادی که به‌جای ترک کار، تلاش کرده‌اند را تحسین می‌کنند.

کی زمان دورخیز کردن و سر زدن به جعبه فرامی‌رسد؟ چه وقت هزینه کنجکاوی از هزینه دست روی دست گذاشتن کمتر می‌شود؟ آن‌وقت زمان به جعبه دست زدن است. به زبان دیگر: تصور کنید که «هزینه اشتباه، کمتر از هزینه دست روی دست گذاشتن است.» برای آزمایش ماشین‌آلات آزمایش نشده، کارخانه را تعطیل نمی‌کنید.

به کنجکاوی خود دامن بزنید. کنجکاوی، شما را در جاده موفقیت به‌پیش می‌راند. وقتی بدون هیچ منعی به دنبال دست زدن به جعبه خود می‌روید، به رفتار بچه‌گانه خود بیندیشید. نگذارید که ترس بزرگ‌سالانه از شکست، شما را عقب نگه دارد. مطرح کردن نظرات در ملاعام ترسناک است. وقتی صدای درونی شما می‌گوید، «در مورد ... چطور؟» یا «چه می‌شود اگر ...» این فکر را تا رسیدن به نتیجه دنبال کنید. سپس، از طوفان فکری به سمت اقدام بروید. در بعضی نقاط، ایده خود را به محصول یا خدمتی تبدیل کنید که می‌توانید به بازار عرضه کنید. در غیر این صورت، فقط یک سرگرمی برای خود ایجاد کرده‌اید.

چرا شروع کنیم؟

تحقیقات نشان می‌دهند که اغلب شرکت‌ها عمده رشد خود را در ۵ سال اول تجربه می‌کنند. در آغاز، سیستم‌های آن‌ها روان است و مدیران آن‌ها با آزمون‌وخطا یاد می‌گیرند. عشق و اکتشاف، اشتیاق افراد به کارشان را تغذیه می‌کند. وقتی شرکتی معروف شد، دیگر این نوع بی‌نظمی بانشاط را تجربه نخواهد کرد، مگر این‌که رهبران آن، همه را تشویق کنند که کنجکاوی کرده و از فرصت انجام کارها به روش‌های جدید استفاده کنند.

شروع یک گزینه نیست، یک «اجبار اخلاقی» است. اگر ایده‌های خود را دنبال نکنید، سوال نپرسید یا بر اساس غریزه خود عمل نکنید، به تیم و شرکتتان آسیب خواهید رساند. شما بهترین بخش وجودی خود را پنهان نگه می‌دارید. اگر شرکتی که برای آن کار می‌کنید، شما را برای شروع کاری تشویق نمی‌کند، شاید زمان آن رسیده که گزینه‌های دیگری را نیز امتحان کنید.

بعضی افراد علاقه زیادی به طوفان ذهنی ایده‌ها دارند. بااین‌وجود، ایجاد جریان‌های بی‌انتها از عقاید، بدون پشتیبانی عملی از آن‌ها بهره‌ورانه نیست. افراد دیگر فکر می‌کنند که باید برای هر الفی آکلاد بگذارند، برای هر نوع ت، نقطه بگذارند و قبل از اقدام بر اساس هر ایده‌ای، همه احتمالات را در نظر بگیرند. سایر نوآوران پروژه‌ای را

پس از پروژه دیگر آغاز می‌کنند، بدون این‌که برنامه‌ای برای تکمیل هر یک از آن‌ها داشته باشند.

شما افرادی را می‌بینید که در کار خودشان سوالات زیادی می‌پرسند، یادداشت‌های زیادی می‌نویسند و از یک ایده به ایده دیگر می‌پرند. آن‌ها رویاهایی بزرگ دارند، اما کوچک عمل می‌کنند. سپس با گذاشتن نام «مبتکر» بر خود، رفتارشان را توجیه می‌کنند. گاهی، خودتان را وادار به انتخاب ایده‌هایی کنید که احساس می‌کنید عملی‌تر هستند و کارتان را شروع کنید. ازآنجاکه آغاز کردن به ماهیت دوم انسان تبدیل می‌شود، حرکت به وجود می‌آید. شما آگاهی بیشتری از فرصت‌های خود به دست خواهید آورد و به گسترش فرهنگی در شرکت کمک می‌کنید که به دنبال نوآوری، ارتقا، آزمایش مرزها و برافراشتن پرچم در آن‌هاست.