

به نام هستی بخش

واه رفتن با برها

فرانک فرنس

ترجمه:

محمد ایازی

(عضو هیئت علمی پژوهشگاه صنعت نفت)



سرشناسه	فرنس، فرانک
عنوان و نام پدیدآور	Furness, Frank
مشخصات نشر: تهران :	راه رفتن با ببرها تألیف فرانک فرنس ترجمه محمد ایازی، ۱۳۸۸.
مشخصات ظاهری	۳۰۰ ص. ۱۴/۵×۲۱/۵ س. م
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۵۳۸۴-۱۶-۱
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا	
یادداشت	عنوان اصلی: Walking with tigers: success secrets from the world's top business, leaders, 2007
موضوع	موفقیت در کسب و کار : رهبری
ناشر	ایازی، محمد.
ردیف کتبه	۱۳۸۸ ۳ ۴ ر ف ۵۳۸۴ HF
رده‌بندی دیوید	۶۵/۱
شماره کتابشناسی ملی	۱۹۷۵۴۷۶



بهارسبز

فرانس با ببرها

فرانک فرنس

ترجمه: محمد ایازی

طراح جلد: کیانوش سید حسینی

ویراستار: لیلا لقایی

امور فنی و هنری: مهناز عزب‌دفتری

نوبت چاپ: پنجم، تابستان ۹۶

شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

لینتوگرافی: گرافیک گستر

چاپ و صحافی: گنج شایگان

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۸۴-۱۶-۱

تهران، خیابان دکتر شریعتی، روبروی مترو قلهک، کوچه سرافراز، شماره ۴ واحد یک

تلفکس: ۳-۲۲۶۲۲۹۰۱؛ کد پستی: ۱۹۴۱۹۳۳۵۸۴

پست الکترونیک: info@baharesabz.ir

نشانی سایت و فروشگاه اینترنتی: www.baharesabz.com

حق چاپ محفوظ است.

فهرست مندرجات

فصل اول	داستان زندگی من..... ۹
فصل دوم	رؤیایر دازان..... ۲۳
فصل سوم	جوینده یابنده است..... ۳۳
فصل چهارم	قدرت افراد..... ۴۹
فصل پنجم	عادات خوب..... ۶۹
فصل ششم	خلاصه فکر کن، هوشمندانه تر عمل کن..... ۸۳
فصل هفتم	عادات بد ها..... ۱۰۳
فصل هشتم	پرداختن به تأیید..... ۱۱۳
فصل نهم	پشتیبانی فنی..... ۱۴۵
فصل دهم	اعتقاد، تغییر و تمرکز..... ۱۶۳

مقدمه

در میان کسانی که در زمینه تجارت فعالیت می‌کنند افرادی هستند که مثل کیمیاگرانند آنها به قول معروف به هر چه دست می‌زنند طلا می‌شود این بدان معناست که آنها نه تنها ثروت به دست می‌آورند، بلکه در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌کنند دستاورد و موفقیت‌های بزرگی را می‌آفرینند که چون همیشه می‌درخشد. تجارت برای آنها لذت‌بخش است و آنها این احساس خوب را سخاوت بدان به دیگران هم منتقل می‌کنند این افراد را من «ببر» می‌نامم زیرا که ببرها با قدرت، کارایی و آسودگی خیال در جنگل زندگی می‌کنند. تعداد آنها کم است اما به‌طور قابل ملاحظه‌ای از دیگران متمایز هستند. در دنیای تجارت هم افراد مثل هم نیستند این عرصه پر از شرکت‌های شکست‌خورده است. مدیران این شرکت‌ها سردرگم‌اند که چه اشتباهی باعث شده که سرانجام مثل این گونه شود. علاوه بر این بسیاری از افراد در آرزوی موقعیت‌ها و موفقیت‌های بزرگ هستند اما نهایتاً در دام اشتباهات روزمره می‌افتند.

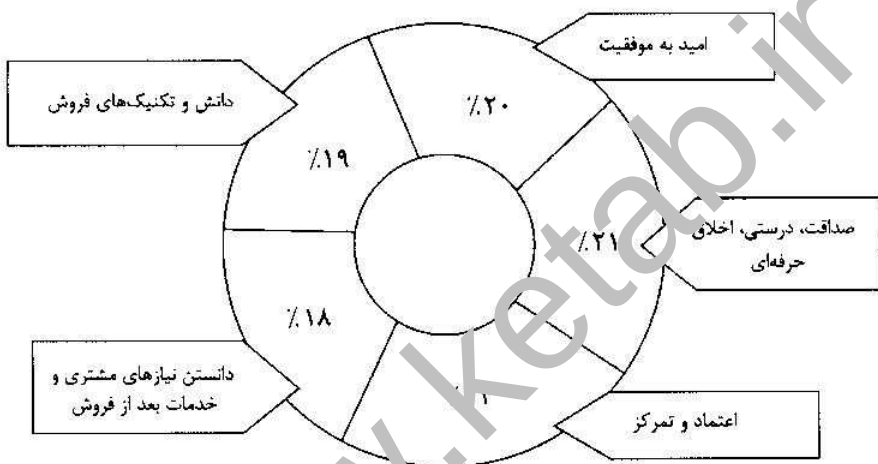
من هم مثل دیگران همیشه کنجکاو بودم تا بدانم که چرا و چگونه شرایط اجتماعی باعث می‌شود بعضی از افراد ترقی کنند و بعضی که دیگران معمولی می‌مانند و درجا می‌زنند. به‌طور خاص می‌خواستم بدانم ببرها چه خصوصیتی دارند که دیگران فاقد آن هستند. بعد از سال‌ها زحمت داشتن ببرها در محیط کاری، تصمیم گرفتم که تحقیقی انجام دهم تا خصوصیتی که یک ببر را می‌سازد مشخص کنم. بعد از یک‌سری سخنرانی در ده کشور جهان، از مشاوران و مدیران فروش خواستم تا ده نکته را که موجب موفقیت آنها شده برایم بنویسند. به‌خاطر ارتباطات گسترده بین‌المللی‌ام که همیشه رو به رشد است این فرصت را یافتم تا این سؤال را از صدها افراد برجسته و موفق در سرتاسر دنیا بپرسم.

سپس پاسخ‌ها را به دو دسته تقسیم کردم؛ یک دسته پاسخ‌های متعلق به افراد نسبتاً معمولی و دسته دیگر پاسخ‌های افرادی که از آنها با لقب بیر یاد می‌کنم.

کتاب حاضر، حاصل یافته‌هایم دربارهٔ بیرها و فاکتورهایی است که باعث شده آنها بالاتر از حد معمولی باشند. هرچند شمه تجاری در زمره این فاکتورهاست اما کافی نیست. در صدر لیست این فاکتورها پشتکار است که هر کسی می‌تواند آن را در خودش تقویت کند. پشتکار از فردی به فرد دیگر و به امر موفقیت می‌تواند منتقل شود. صداقت و درستکاری دو خصوصیت بسیار قابل احترام، تاثیرگذاری هستند که دنبال پشتکار در فرد ایجاد می‌شوند. باور بر هر هدف، دو عنصری هستند که در شرایط کاری تأثیر خود را نشان می‌دهند. همچنین که اطمینان و نگرش فردی هم اینگونه‌اند. شاید دانش و تکنیک فروش از نکات مهم برای حصول به موفقیت هستند اما از اثر نظم و انضباط شخصی بسیار غافل ماندن از دیگر خصوصیات شاخص بیرها می‌توان به اشتیاق و روحیه بالا، میل به شنیدن، سخت‌کوشی و روابط دوستانه و گرم اشاره کرد. نتیجه تحقیق من در این مورد در حد دانش ساخت موشک نیست، اما می‌تواند فرمولی باشد که شما کمک کند که خصوصیات اساسی بیرها را در زندگی خود وارد کنید و موفقیت شغلی خود را ترقی دهید.

این کتاب طراحی شده تا شما را به درجات بالاتر کاری ارتقاء دهد تا با سرعت بیشتر و غبطه‌برانگیز به پیش بروید. البته شما هرچه بکارید درو خواهید کرد و یک کتاب راهنما برای موفقیت قرار نیست جایگزین تلاش شما شود اما می‌تواند کمک کند تا تلاش‌هایتان جهت‌گیری مناسبی داشته باشد تا بتوانید به نتایج بهتری دست یابید. نمودار ذیل نتایج تحقیقات ذکر شده را نشان می‌دهد:

چه چیز یک ببر را می سازد



پیشگفتار

در دانشنامه، کارآفرینی^۱ به فرآیند خلق ارزش جدید (مادی یا معنوی) از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن اطلاق می‌شود. ویژگی عمده کارآفرینان انجام کارهای جدید و یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری است.

در حال حاضر در دوره‌ای زندگی و کار می‌کنیم که تغییرات پر شتاب در تکنواری نه تنها بر کسب‌وکار که بر نحوه زندگی‌مان تأثیر فراوان دارد و راه‌حل‌های استخار شده قدیمی شاید دیگر قادر به حل مشکلات و مسائل پیش رو نباشد. و تأکید و اصرار بر آنها شاید به قیمت نابودی کسب‌وکارمان باشد.

حال چه باید کرد؟ باید که جستجو در خصوص شرکت‌ها و افراد موفق در این زمانه پر تغییر درمی‌یابیم. کسانی که ایده‌های جدید را به محصول یا محصولات موجود را از راه‌های دیگری نیز از راه‌های فعلی با شرایط رقابتی تولید کرده‌اند موفق بوده و در گردونه رقابت باقی مانده‌اند.

فصل مشترک همه اینها که در این کتاب به عنوان «بیر» از آنها نام برده شده عبارتند از:

۱. **رؤیا:** برای آینده چشم‌انداز دارند و توانایی پیاده کردن رویای خود را دارند.

۲. **قاطعیت:** به سرعت تصمیم می‌گیرند و موقعیت‌ها را در لحظه شکار می‌کنند.

۳. **عملگرا:** به سرعت تصمیمات را اجرایی می‌کنند.

۴. **پشتکار:** از هر مانعی عبور می‌کنند.

۵. فداکاری: از همه داشته‌های خود استفاده می‌کنند.

۶. عشق: عاشق کار خود هستند و خستگی برای آنها مفهومی ندارد.

۷. کل‌نگر: اصل را فدای فرع نمی‌کنند.

۸. سرنوشت: خود تعیین‌کننده آن هستند.

و نهایتاً با روحیه تعاون و همکاری بالا از داشته‌های دیگران برای نیل به اهداف خود استفاده می‌کنند.

شرکت که در سال ۱۳۶۱ فعالیت خود را آغاز و هم‌اکنون به عنوان بزرگترین شرکت تولیدکننده قطعات خودرو با اشتغال بیش از ۱۲ هزار نفر و با هدف تأمین قطعات و سیستم‌های باکیفیت و مطمئن جهت برآورده کردن نیازهای داخل و استفاده از فرصت‌ها جهت ورود به بازارهای خارجی است، تمرکز خود را بر تولید تالاهار گذاشت. با به کارگیری شیوه‌های نوین در تولید محصول، استفاده از منابع جدید و اقتصاد در مواد اولیه و تغییر ساختارها در جهت افزایش کیفیت و کاهش قیمت‌ها قرار داده است و بدین منظور مبادرت به حمایت از این کتاب که مثل سایر کتاب‌هایش منطبق با آرمان‌هایش است نموده و امیدواریم که برای خوانندگان معتمدان و معتمدان مخصوص همکاران گرامی مفید واقع شود، زیرا که رفتار انسان‌ها با دو عامل، گرگون می‌شود:

۱. تحلیل‌هایی که آنها را به اندیشیدن وادار کند.

۲. تمثیل‌هایی که احساسات آنها را برانگیزد.

که هر دوی اینها در این کتاب وجود دارد.

نادر سخا

مدیرعامل