

پنج درس از جان چمبرز (مدیرعامل سبیسکو) درباره مدیریت رشد

۱. مشتری را در کانون فرهنگ سازمانی خود جای دهید. درآمد کارکنان سبیسکو رابطه‌ای مستقیم با میزان خشنودی مشتریان دارد.
۲. به یکایک کارکنان اختیار دهید. بهره‌وری بالا می‌رود و ماندگاری افراد بهتر می‌شود.
۳. با تحول، شکوفا شوید.
۴. کار گروهی به ارتباط دوجانبه و اعتماد متقابل نیاز دارد.

۵. مشارکت نیرومند بسازید. در این دهه تأکید رهبری سازمانی بر گسترش درونی تملک‌های مؤثر و ایجاد نوعی همزیستی بنگاه‌ها در چارچوب مشارکت در الگویی افقی است.

پنج درس از جرگن شرمپ (مدیرعامل دیملر کرایسلر)

- درباره مدیریت ادغام‌های بسیار کلان
۱. مراقب خطرات تساهل بیش از حد باشید.
 ۲. از همان اول کار، موضوعات ناخوشایند را به میان آورید.
 ۳. بسیار بهتر است سریع کار کنید و گاهی هم مرتکب اشتباه شوید، تا اینکه لخت باشید.
 ۴. وقتی هوای تغییر از سر افراد بیفتد، خیلی بیشتر

در برابر آن ایستادگی می‌کنند، تا هنگامی که انتظارش را دارند.

۵. روراست باشید؛ می‌دانید چه چیزی روح کارکنان را تازه می‌کند؟ صداقت. منظورم این است که هیچ‌کس در این دنیا انتظار صداقت را ندارد.

پنج درس از سانفورد ویل (یکی از دو مدیرعامل سیتی‌گروپ) درباره پیروزی ادغام

۱. در ادغام، بیش از حالت عادی، در تصمیم‌گیری شتاب کنید. این کار موجب می‌شود افراد خوب را از دست ندهید و در عین حال، همگان پیام شما را دریافت کنند

۲. به طرف مقابل و افراد او احترام بگذارید. با افراد صحبت کنید، در دسترس باشید و به پرسش‌های آنان پاسخ دهید. اگر افراد به این باور برسند که کار شما در جهت خلق سازمانی کارآمدتر با رشد سریع‌تر است، تمایل بیشتری برای تغییرات آینده خواهند داشت.

۳. از اختیار خرید سهام و امتیازهای مشابه برای تشویق کارکنان به مالکیت کمک بگیرید تا همه خود را جزئی از سازمان جدید به‌شمار آورند.

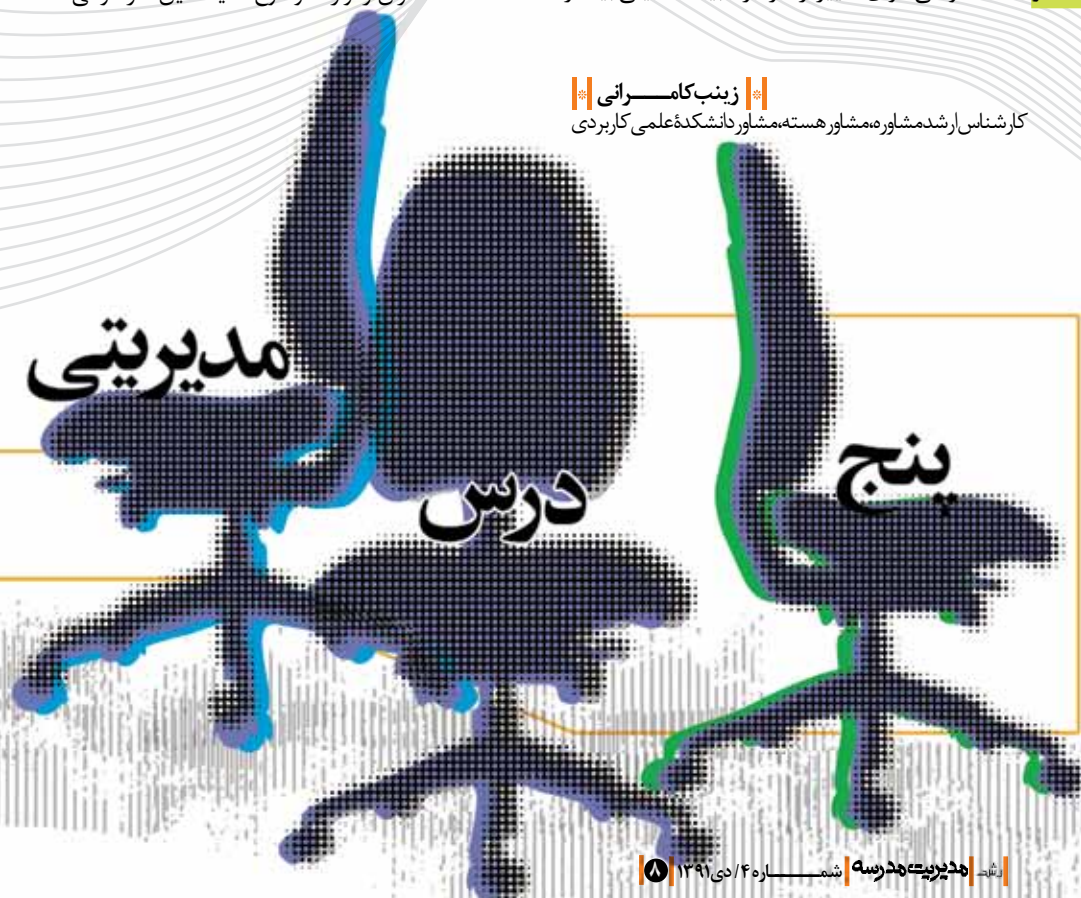
۴. وقتی می‌خواهید درباره افراد تصمیم بگیرید با آن‌ها روراست باشید. بسیار مهم است که صداقت به خرج دهید و از همان اول کار، تصمیم خود را اعلام کنید.

۵. همسران را وارد موضوع کنید... این کار، نوعی

آشاره
به نظر می‌رسد استفاده از تجارب مدیران اجرایی سازمان‌ها و مؤسسات بزرگ می‌تواند راهنما و راهگشای خوبی برای همه ما باشد. صرف‌نظر از نوع مؤسسه یا سازمانی که در آن کار می‌کنید، این نکات ارزشمند و تجارب زیسته آنان را با وضعیت خود بازنگری و بازآرایی نمایید، تا بهتر بتوانید ارزش آن‌ها را درک کرده و به کار ببندید.

|| زینب کامرانی ||

کارشناس ارشد مشاور، مشاور هسته، مشاور دانشکده علمی کاربردی



احساس خانوادگی پدید می‌آورد... هر چه آن‌ها درباره راهبرد شما و اینکه شرکت چه می‌خواهد بکند و دنبال چه هدفی است بیشتر بدانند، پشتیبانی بیشتری از کل خانواده به‌دست می‌آید.

پنج درس از تینا براون (مدیر و سردبیر مجله Talk) درباره بازاریابی

۱. به ذوق خود اعتماد کنید؛ من به همه گوش می‌دهم... اما معمولاً به خود برمی‌گردم و می‌گویم با فکر اولم ارتباط برقرار کنم.
۲. هویت دیداری نیرومند داشته باشید؛ کنار هم گذاشتن خرده‌ریزهای این و آن، دردی دوانمی‌کند.
۳. مهمانی بدهید؛ در آغاز انتشار یک مجله جدید، هر چه کار شود باز هم کم است. دنیا بزرگ است؛ باید با آدم‌های زیادی ارتباط برقرار کنید.
۴. در هزینه کردن و بسته‌بندی کالا متفاوت باشید. ظرفیت‌های جدید پیدا کنید. اگر سرمایه ندارید، باید مایه داشته باشید.

۵. از ظرفیت‌های موجود خود به شیوه‌ای متفاوت بهره‌گیری کنید. مثلاً از نویسنده‌ها... راهش این است که ببینید چه چیزی آن‌ها را سر ذوق می‌آورد... طوری رفتار کنید که حس کنند می‌توانند درباره مطلبی بنویسند که تا حالا نتوانسته بودند.

پنج درس از کوین رابرتس (مدیرعامل ساعتچی اند ساعتچی) درباره تبلیغ در شبکه جهانی

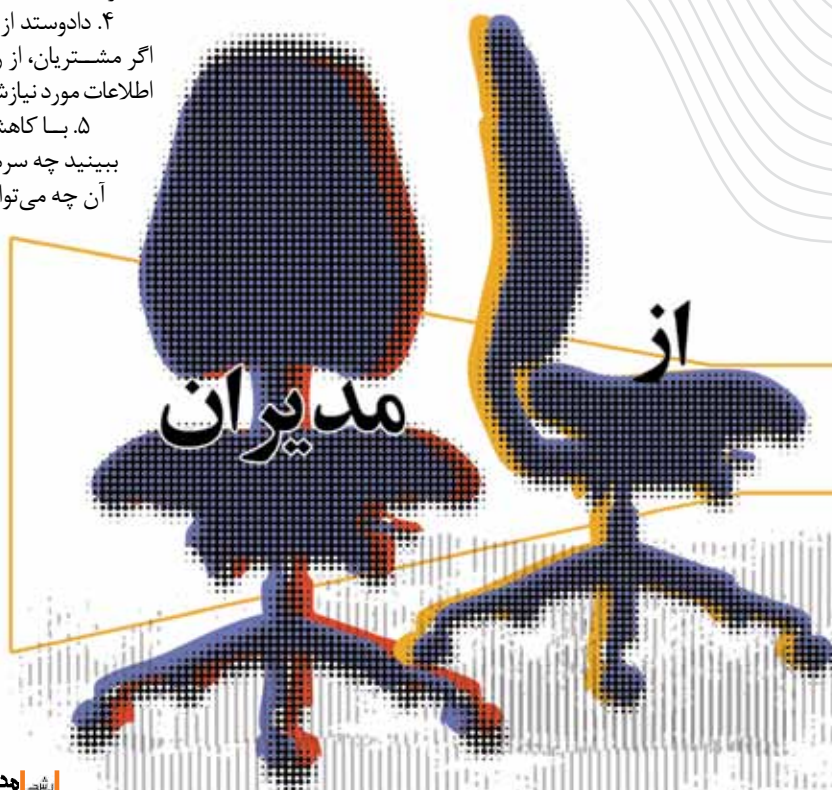
۱. یادتان باشد هیچ رسانه‌ای جانشین دیگری نشده است. صحبت از این یا آن نیست. روزنامه و رادیو با آمدن تلویزیون از میدان به‌در نشدند، تلویزیون هم با آمدن اینترنت از دور خارج نخواهد شد.
۲. بنگاه‌های بزرگ حرف از ایجاد رابطه می‌زنند، نه فقط انتقال اطلاعات. تبلیغ در اینترنت باید افسونگر و حساسیت‌برانگیز باشد.
۳. بنگاه‌های تبلیغات اینترنتی و بنگاه‌های سنتی باید به کاری بپردازند که در آن خبراند. آن‌ها باید تا مرحله نامزدی جلو بروند اما ازدواج نکنند!
۴. از بچه‌هایی که به وبگاه‌ها پنهان شده‌اند با آغوش باز استقبال کنید. آن‌ها زخمی اما هوشیارتر برمی‌گردند.
۵. این قدر دنبال فناوری نباشید، شیفته اندیشه باشید. حرف الف نماینده «الکترونیک» نیست، نماینده «حساس» است.

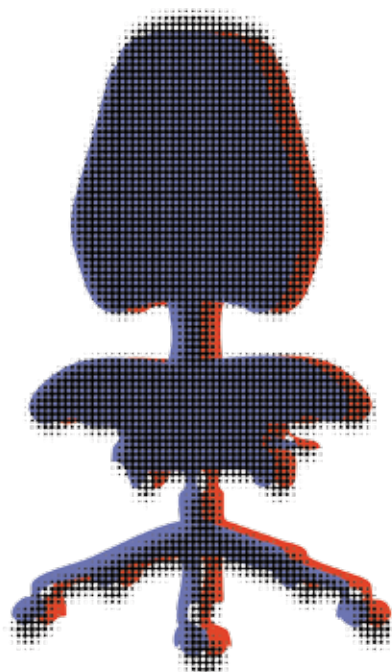
پنج درس از مایکل دل (مدیرعامل کامپیوتر دل) در ترقی صنعت خودرو

۱. برای کاهش هزینه ارتباطات میان قطعه‌آوران، تولیدکنندگان و نمایندگی‌های فروش، از اینترنت کمک بگیرید.
۲. عملیات فرعی را به بنگاه‌های دیگر واگذار کنید.
۳. تحول را شتاب دهید، کارکنان را آماده پذیرش تغییر کنید.
۴. دادوستد از راه اینترنت را آزمایش کنید. ببینید اگر مشتریان، از راه‌هایی که تاکنون سابقه نداشته اطلاعات مورد نیازشان را به‌دست آورند، چه پیش می‌آید.
۵. با کاهش دادن موجودی و دارایی‌های دیگر، ببینید چه سرمایه‌ای آزاد می‌شود، توجه کنید که با آن چه می‌توان کرد.

پنج درس از جف بزوس (بنیانگذار و مدیرعامل بنگاه آمازون دات کام) درباره مدیریت زمان در جهان پرهیاهو

۱. سه‌شنبه‌ها و پنج‌شنبه‌ها جلسه نگذارید. فقط به کارهای خودتان برسید.
۲. روزمرگی را بشکنید. به مغازه‌ها سر بزنید. پایگاه اینترنتی خود را واریس کنید.





از داده‌های ناگهانی پند بگیرید.
 ۳. تند کار کنید؛ کژی‌ها را بعداً می‌توان پیرایش کرد. تنها لغزش مرگبار در اینترنت، کند بودن است.
 ۴. برای آگاهی از خواسته‌های مشتریان، از رایانامه زیاد بهره بگیرید.
 ۵. برای سپاسگزاری از دیگران وقت بگذارید. این کار هیچ‌گاه فوری‌ترین کار شما نیست اما در درازمدت ممکن است خیلی مهم باشد.

پنج درس از تام فرستون (مدیرعامل MTV Network) درباره‌ی شکار جوانان گریز پا

۱. بازار پژوهی کلید کار است. آنچه در توان دارید انجام دهید.
۲. دنبال نسلی که بزرگ شده راه نیفتید. به پیشواز آیندگان بروید.
۳. کارکنان جوان پرورش دهید که از جان و دل به کار علاقه‌مند باشند.
۴. محیط کار را با نشاط کنید، تا راه ایده‌ها از پایین به بالا باز شود.
۵. خواست جوانان آمریکایی و آلمانی و چینی، متفاوت است؛ به سلیقه‌های محلی بپردازید.

پنج درس از امیلی وودز (مدیرعامل J. CREW) برای دوام در بازار شلوغ

۱. مشکل مشتری را حل کنید؛ ما اولین شرکتی بودیم که لباس شنای دو تکه را که از نظر اندازه جدا بودند، به فروش گذاشتیم. من خودم هنگام بلوغ همیشه با این مشکل روبه‌رو بودم.
۲. با پیروزی یک کالا عنان از کف ندهید؛ زیرا باعث سرگردانی می‌شود. حتماً دوست ندارید بعد از یک سال با انبوهی از پوشاک یک رنگ، دست به گریبان باشید.
۳. از پوشاک کلاسیک رو نگردانید؛ آن‌ها را از نو اختراع کنید. برای نمونه، ما سال‌هاست پالتوی ضخیم و بلند را با پارچه‌ها و رنگ‌های جدید عرضه می‌کنیم.
۴. با افراد معتمد کار کنید. حجم کار وقتی از اندازه معینی گذشت دیگر نمی‌توان پای هر برگی را شخصاً امضا کرد.
۵. به‌روز باشید. مطالب مفید بخوانید، فیلم‌های مفید ببینید، به موسیقی مفید گوش دهید و با جوان‌ترها دم‌خور باشید.

منبع

پیترز، تام؛ مدیران برجسته چه می‌گویند، مترجم: محمدابراهیم محجوب، به نقل از <http://www.gmsiaum.blogfa.com>



مدیران
تجربه‌های

محمد رضانصیریان پور

مدیر دبیرستان نمونه دولتی رسول اکرم (ص) بهبهان، خوزستان

قند بخور، قند بخور

در هشتمین سال خدمت خود بودم که ابلاغ معاونت دبستانی در روستایی محروم برایم صادر شد. دانش‌آموزی در آن دبستان مشغول به تحصیل بود که حرف‌های ناروا و ناشایست بر زبانش جاری بود. این سخنان ناشایست را در برخورد با دانش‌آموزان تکرار می‌کرد و آنان را رنجیده‌خاطر می‌کرد. دانش‌آموزان دیگر هم که به پاسخ‌گویی تمایلی نداشتند، مراتب ناراحتی و گلایه خود را با من در میان می‌گذاشتند. در ضمن تذکرات شفاهی، نصایح و حتی تهدید من هم در تغییر کلام این دانش‌آموز مؤثر نبود. از شکوه دانش‌آموزان و تکرار نارضایتی‌هایشان به اندیشه افتادم تا راه‌حل مناسبی برای این مشکل بیابم. به ناچار به دانش‌آموزان گفتم، از این پس در جواب ناسزا و کلام زشت این دانش‌آموز بگویند «قند بخور، قند بخور» تا مدتی این عبارت در روحیه این دانش‌آموزان تأثیری نداشت و او هم به این پاسخ‌ها توجهی نمی‌کرد. اما چون دانش‌آموزان کلاس‌های دیگر نیز این کلام را در پاسخ حرف‌های ملال‌آور آن دانش‌آموز تکرار می‌کردند، به تدریج جمله قند بخور ورد زبان دانش‌آموز بدزبان شد و این شیوه بدزبانی از او گرفته شد و از این به بعد همچون دیگر دانش‌آموزان سخنان خود و حتی پرخاشگری‌های خود را به صورت معمول و بدون استفاده از سخنان بی‌ادبانه ایراد می‌کرد و با خنده به بچه‌ها می‌گفت: «قند بخور، قند بخور».