

کوچینگ، نیرو محرکه پیشرفت

راهنمای شما برای داشتن تیم‌های بهتر

مارک ماتیوز

ترجمه:

علیرضا جعفرزاده

www.ketab.ir

سرشناسه	:	متیوز، مارک
عنوان و نام پدیدآور	:	Matthews, Mark کوچینگ، نیرو محرکه پیشرفت: راهنمای شما برای داشتن تیم‌های بهتر/ مارک ماتیوز؛ ترجمه علیرضا جعفرزاده؛ ویراستار لیلا شیبانی.
مشخصات نشر	:	مشهد: دیده‌بان قلم فروتاک، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۴۴ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	:	۵۹۰۰۰۰ ریال : ۶-۸-۹۸۴۹۲-۹۷۸-۶۲۲
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Coaching From the Front: Your Guide To Building Better Teams, ۲۰۲۱.
موضوع	:	کارکنان -- مربیگری
موضوع	:	Employees -- Coaching of
موضوع	:	رهبری
موضوع	:	Leadership
موضوع	:	کسب و کار -- مدیریت
موضوع	:	-- Management Business
شناسه افزوده	:	جعفرزاده، علیرضا، ۱۳۵۳ -- مترجم
رده بندی کنگره	:	HF۵۵۴۹/۵
رده بندی دیویی	:	۵۸/۳۱۲۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۴۰۵۳۸۷
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا

نام کتاب: کوچینگ، نیرو محرکه پیشرفت (راهنمای شما برای داشتن تیم‌های بهتر)

مارک ماتیوز

ترجمه: علیرضا جعفرزاده

ناشر: دیده‌بان قلم فروتاک

طراح جلد: زینب رواقی

ویراستار: لیلا شیبانی

صفحه‌آرا: حامده حاجی ابراهیمی

قطع: رقعی

تعداد صفحه: ۱۴۴ صفحه

نوبت چاپ: اول/ بهار ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۶-۸-۹۸۴۹۲-۹۷۸-۶۲۲

بها: ۵۹۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۱
فصل اول: چشم‌انداز و برنامه.....	۱۷
فصل دوم: استعدادیابی.....	۲۳
فصل سوم: شکیبایی.....	۲۹
فصل چهارم: تغییر فرهنگی.....	۳۵
فصل پنجم: ساخت یک تیم قدرتمند.....	۴۱
فصل ششم: مدیریت کارکنان A, B و C.....	۴۹
فصل هفتم: نگرش.....	۵۷
فصل هشتم: آن را منفجر کنید!.....	۶۳
فصل نهم: چه می‌شود اگر؟.....	۷۱
فصل دهم: تمرکز بر اولویت‌های درست.....	۷۹
فصل یازدهم: روند را حفظ کنید.....	۸۵
فصل دوازدهم: شمارگان اصالت.....	۹۵
فصل سیزدهم: رابطه در برابر استراتژی.....	۱۰۳
فصل چهاردهم: چقدر در رهبری مهارت دارید؟.....	۱۱۱
فصل پانزدهم: سطح استاندارد را تنظیم کنید.....	۱۱۷
فصل شانزدهم: دانش سرمایه شما است.....	۱۲۳
فصل هفدهم: گزاره ارزشی شما چیست؟.....	۱۲۹
فصل هجدهم: خدمات‌رسانی به مشتریان.....	۱۳۵
فصل نوزدهم: CRM را فراموش کنید!.....	۱۳۹
فصل بیستم: افکار نهایی.....	۱۴۳

پیشگفتار

طی دوران کاری‌ام، با مدیرانی مواجه شدم که در جایگاه رهبری سازمان قرار داشتند. اما بیشتر آنان برای مسئولیت‌هایی که پذیرفته بودند، آمادگی لازم را نداشتند. شرکت‌ها، نیز یا اصلاً آموزشی در این حوزه ندارند یا آموزش بسیار کمی برای این مدیران جدید در نظر می‌گیرند که این امر آن‌ها را متحمل زبانی واقعی می‌کند چرا که رشد و رفاه کارمندان و خط رشد شرکت به این مدیران سپرده شده است. مخاطب اصلی این کتاب این دسته از مدیران است.

من دوره کاری بسیار حرفه‌ای و موفق داشته‌ام. رشد سه استارت‌آپ گرین فیلد، رشد طبیعی واحد تجاری ملی شرکت فورچون ۵۰۰ از ۹۵۰ میلیون دلار به ۱٫۵ میلیارد دلار و متحول کردن یک کسب‌وکار ۴۵۰ میلیون دلاری که برای ۱۰ سال متوالی شکست خورده بود، در کارنامه حرفه‌ای من است. در این کتاب از تجربیاتی نوشته‌ام که من و تیمم سال‌ها آنان را زندگی کرده ایم. در این کتاب در مورد تصمیمات خوبی که در این شرایط گرفته‌ام و تصمیمات بدی که باید تغییر می‌کرد، سخن بر میان می‌آورم. در نهایت یادگیری است، از هر دو شرایط و تصمیمات خوب و بد بدست می‌آید.

این کتاب بر مبنای مطالعات انجام شده توسط گروه‌های خاص و متمرکز یک دانشگاه یا یک شرکت مشاوره‌ای نوشته نشده است. بلکه بر مبنای موقعیت‌های متعددی که نگاشته شده است مورد بررسی قرار گرفته

یا شرایطی که مشتری را جذب می‌کردیم و تجارت را رشد می‌دادیم یا هر دو را از دست می‌دادیم. خانواده‌ها برای انجام کارهای درست به ما تکیه می‌کنند. به همین دلیل احساس می‌کنم که به اشتراک گذاشتن این تجربیات نسبت به مطالعه انجام شده توسط مشاورانی که با پیامدهای ناخواسته اش هم کاری ندارند ارزش بیشتری دارد. و از آنجا که اکنون شما هم در موقعیت مشابهی هستید، امیدوارم که برای این رویکرد یادگیری نیز ارزش قائل باشید.

یکی از شانس‌هایی که داشته‌ام اینست که در ایجاد یک واحد تجاری بزرگ برای یک شرکت جهانی در ایالات متحده نقشی ایفا کرده‌ام. وقتی که وارد سیستم شدم، متوجه این موضوع نبودم که قرار است تحول ایجاد کنم و این همان چیزی است که یاد گرفتم. باید پیشینه و تاریخچه شرکتها را بیشتر مورد بررسی قرار داد. شرکت طی ۱۰ سال گذشته رو به افول بود اما هیچ‌یک از کارمندان از آن اطلاع نداشتند. من مجبور شدم از طریق تیمی از مدیران که در واقع از جانب مدیر قبلی منصوب شده بودند، تصمیمات دشواری را اخذ نمایم. برای این امر تمام مهارت‌های مدیریتی که آموخته بودم را مورد نیاز بود و من از همه آن‌ها استفاده کردم.

بنا به ضرورت، در سال ۱۹۹۱ نخستین دوره آموزشی مرتبط با امور تجاری خود را نوشته‌ام. طی سال‌ها، آن را اصلاح و به‌روزرسانی کردم تا در بر گیرنده متقاضیان زمان و عوامل تاثیر گذار باشد. این دوره به قدری

احساس خوبی ندارند و این موضوع ایجاد ارتباط و یافتن مشتریان جدید را از همیشه دشوارتر کرده است.

در این مدت کتاب‌های بسیاری در مورد چگونگی بهبود عملکرد تیم‌های فروش نوشته شده است. اکثر آن‌ها توسط «مشاورانی» نوشته شده‌اند که بینش و دانش خود را از طریق نظرسنجی کارمندان و مشتریان به دست می‌آورند. هر چند که روش فوق دارای فوایدی هم است اما مزایای آن در مقایسه با آنچه که شما باید برای دریافت بیشتر سفارش خرید یاد بگیرید، کم‌رنگ است. بینش‌ها، داستان‌ها و توصیه‌هایی که در اینجا ذکر می‌شود بر اساس موقعیت‌های واقعی زندگی و موفقیت‌ها و حتی برخی از شکست‌ها است. این تجربیات در حضور مشتری اتفاق افتاده‌اند و آنچه شما در آنجا به تجربه فرا می‌گیرید بسیار ارزشمندتر از آن چیزی است که می‌توانید در کلاس یا با مطالعه یاد بگیرید. هیچ جایگزینی برای تجربه اندوزی از طریق حضور در مقابل مشتری و عمل به قول و قرارهای خود با مشتری وجود ندارد. این لحظه کاملاً واقعی است و جایی است که یا پیروز می‌شوید یا می‌بازید.

در این کتاب، خرد متعارف به چالش کشیده شده و بر اصول اساسی تأکید خواهد شد. به عنوان خواننده، احتمالاً خود یا برخی از رفتارهای خود را در محتوای کتاب خواهید دید. با توجه به نحوه متفاوت ارائه آن، امیدوارم که برای شما الهام‌بخش باشد و شما را درباره آنچه انجام می‌دهید به تفکر وا دارد. آیا مسیر درستی را طی می‌کنید؟ آیا امکان متفاوت انجام شدن آن کار وجود دارد؟