

مدیریت حرفه ای یک کسب و کار موفق

نویسنده: مهدی کریمی تفرشی

مدیر گروه صنایع غذایی گلها

سرشناسه: کریمی تفرشی، مهدی، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت حرفه‌ای یک کسب و کار موفق / نویسنده مهدی کریمی تفرشی.
مشخصات نشر: تهران: کارآفرینان بزرگ، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱ ج. (بدون شماره‌گذاری).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۲۵-۶۹-۱

موضوع: موفقیت در کسب و کار

موضوع: مدیریت

موضوع: کسب و کار

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: Success in business

موضوع: Management

موضوع: Business

رده بندی کنگره: HF۵۳۸۶/ک۴م۴ ۱۳۹۵

رده بندی دیوبند: ۶۵۰/۱

شمار کتابشناسی ملی: ۴۳۲۵۷۸۴

آدرس انتشارات کارآفرینان بزرگ:

تهران صندوق پستی ۱۵۸۶-۱۳۴۴۵

مرکز پخش: www.karafarinanebozorg.com



عنوان: مدیریت حرفه‌ای یک کسب و کار موفق

نویسنده: مهدی کریمی تفرشی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

نظارت چاپ: گروه هنری عقیق

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۲۵-۶۹-۱

این کتاب تحت پوشش قانون حمایت از مولفان و مصنفان ایران قرار دارد و کلیه حقوق مادی و معنوی آن به نام انتشارات کارآفرینان بزرگ به ثبت رسیده است.

تولید و تکثیر این اثر به هر شکلی (چاپ، کپی، انتشار الکترونیکی و ...) بدون اجازه کتبی مولف مجاز نمی‌باشد و متخلفین به موجب بند ۱۰ ماده ۲ قانون حمایت از مولفان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست

- مقدمه ناشر ۹
- مقدمه مدیر گروه منابع غذایی گلها ۱۰
- تفکر راهبردی ۱۱
- برنامه راهبردی به چه معناست ۱۱
- برنامه راهبردی چه وقت و چرا است ۱۳
- استفاده از راهبردهای در دسترس ۱۴
- مدیریت هزینه ۱۶
- اجتناب از زوائد ۱۶
- منحنی تجربه ۱۷
- فرهنگ سازی ۱۸
- ایجاد تمایز ۱۹
- ویژگی های محصول ۲۱
- کیفیت محصول ۲۲
- بسته بندی محصول ۲۳
- راهبرد متمرکز ۲۴
- بازارهای پول ساز ۲۴
- نوع محصولات ۲۵
- محدودیت جغرافیایی ۲۵
- گزینه های مختلف راهبری ۲۷

- ۲۷ - بالا، پایین یا کنار
- ۲۸ - رهبری و دنباله روی
- ۲۹ - راهبردهای بازار- رهبری
- ۳۰ - راهبردهای بازار- دنباله روی
- ۳۱ - انتخاب راهبرد مناسب
- ۳۳ - تولید محصولات متعدد
- ۳۴ - پرتخه حیات کالا و خدمات
- ۳۴ - دوره مقدماتی
- ۳۵ - دو، رشد
- ۳۵ - دوره بلوغ
- ۳۵ - دوره افول
- ۳۶ - جایگاه کنونی
- ۳۸ - افزایش بازگشت سرمایه
- ۳۸ - یافتن راه های پیشرفت
- ۴۱ - محصول یا خدمات مشابه
- ۴۳ - بازار جدید یا محصول جدید
- ۴۴ - بازار جدید
- ۴۵ - محصول جدید
- ۴۷ - محصول جدید و بازار جدید
- ۵۰ - شناخت چرخه تصمیم گیری
- ۵۰ - مدیریت سرمایه گذاری تولید
- ۵۱ - واحدهای تجاری راهبردی
- ۵۲ - به سوی ستاره شدن
- ۵۷ - گسترش نفوذ اینترنتی
- ۵۸ - حفظ مشتریان
- ۵۸ - چرا حفظ مشتریان از اهمیت برخوردار است

- ۵۹ - تلاش در جهت حفظ مشتریان
- ۶۰ - توجه به شکایات
- ۶۱ - به مشتریان فرصت شکایت بدهید
- ۶۱ - تعیین معیارهای خدمات مشتریان
- ۶۳ - پاداش وفاداری
- ۶۴ - افزایش بهره‌وری
- ۶۵ - کاهش هزینه‌ها
- ۶۵ - افزایش سود حاشیه‌ای
- ۶۷ - عملکرد خوش‌مدانه‌تر
- ۶۷ - پاداش برای رفتار کار
- ۶۸ - پاداش عملکرد عالی
- ۶۹ - بودجه بندی مبتدیان
- ۶۹ - تعیین اصول کلی
- ۷۰ - تجزیه و تحلیل مغایرته‌ها
- ۷۰ - بودجه متغیر
- ۷۰ - بودجه بندی بر مبنای صفر
- ۷۱ - تعریف فرانشیز
- ۷۲ - استفاده از فرانشیز
- ۷۲ - افزودن فرانشیز
- ۷۳ - اعطای حق امتیاز نام تجاری به دیگران
- ۷۳ - ارزیابی مزایا و معایب
- ۷۴ - طرح آزمایشی
- ۷۵ - یافتن پذیرنده فرانشیز
- ۷۶ - تشکیل کار گروه
- ۷۶ - مشخصات یک گروه موفق
- ۷۷ - اصول اساسی

- ۸۰ - آموزش و رهبری
- ۸۳ - ارزیابی عملکرد
- ۸۴ - شیوه مدیریتی
- ۸۵ - مهارت رهبری
- ۸۵ - تفویض اختیار
- ۸۹ - شیوه رهبری مناسب
- ۹۰ - مدیریت تغییرات
- ۹۰ - انعطاف‌پذیری در مقابل تغییرات
- ۹۱ - برنامه‌ریزی برای مواجهه با تغییرات
- ۹۴ - روحیه

مقدمه

دنیای حرفه ای تجارت، دچار تغییر و تحولات بسیار پیچیده ای شده است. مشتریان، دیگر به دنبال برآورده شدن تقاضاهای معمول خود نیستند و همواره انتظار دیدن محصولات و برندهای جدید با رنگ و لعاب های زیباتر، با کیفیت و با تنوع بیشتر را دارند.

بولکننده ها، دیگر نمی توانند با علایق شخصی خود کالایی را پدید آورند و با آرامش در گوشه ای بنشینند تا مشتری برای خدمات و تولیدات ایشان صف بکشد. حالا او باید به سراغ خریدار برود، نازش را بکشد، نظرخواهی کند، نیازهایش را شناسایی کند و تازه نیازهای پنهان را نیز کشف نماید تا شاید بتواند کالایی مطابق با نیازات مشتریان عرضه نماید.

بازارها، هر روز و هر لحظه رفتاری ترمی شوند و تجار، مدام در فکر چگونه فروختن، چطور تولید کنند، و کسب و کار خود را در دل مشتریان بیشتر هستند.

اما تجربه نشان داده است که برای ساختار مارپیچ تولید، تنها کسانی می توانند بمانند و پیروز شوند که مدیر باشند و این واژه بسیار پُر رمز و راز، یعنی فردی که همچون یک ناخدای کارگشته، کشتی خود را به همراه تمام همراهانش، هر روز، به سلامت از میان امواج سهمناک رقابت عبور دهد.

کتاب مدیریت حرفه ای یک کسب و کار موفق، تکنیک ها و تاکتیک های یک ناخدای حرفه ای در کسب و کار است. اینها قوانینی است که من در سالیان دراز، آموخته ام و به کار بسته ام.

امیدوارم با لطف خداوند این تجربیات بتواند راهگشای تمام مدیران صنایع کشورم شود و باعث پیروزی آنها باشد.

ارادتمند

مهدی کریمی تفرشی

بهار ۱۳۹۵