

به نام خدا

راز نوآوری‌های استیو جابز

نویسنده: کارماین گالو

مترجم: نسرین یزدانیفر

سرشناسه: ماین، ۱۹۶۵-م.

Gallo, Carmine

و نام پدید آور: راز نوآوری‌های استیو جابز/ نویسنده کارمین گالو؛ مترجم نسرين يزدانفر.

مشخصات نشر: تهران: گهرشاد، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری: ۳۸۲ص.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۹۱۴-۵۵-۵۵

ست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: The innovation secrets of Steve Jobs: insanely different
Principles for breakthrough success

موضوع: جابز، استیو، ۱۹۵۵-م.

Jobs, steven

موضوع: فرآورده‌های جدید

موضوع: موفقیت در کسب و کار

شناسه افزوده: یزدانفر، نسرين، ۱۳۴۷- مترجم

بندیک کنگره: ۱۳۹۰/۲و۲/۵۳۱/۵۴۱۵/HF۵۴۱۵

بند دیویی: ۴۵۸/۴۰۶۳

شناسی ملی: ۲۳۰۷۷۵۸

درخواست: ۲۸/۰۱/۱۳۹۰

پاسخگویی:

کد پیگیری: ۲۳۰۶۴۰۹



نام کتاب: راز نوآوری‌های استیو جابز

نویسنده: کارمین گالو

مترجم: نسرين يزدانفر

طرح جلد: سارا قادری

صفحه آرایشی: مهدی شکری

چاپخانه: سپهر

شمارگان: دو هزار نسخه

شماره شابک: ۵-۵۵-۲۹۱۴-۹۶۴-۹۷۸

قیمت: ۷۶۰۰ تومان

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۰

ناشر: موسسه فرهنگی انتشارات گهرشاد

آدرس: خیابان دولت، روبه‌روی خیابان کاوسی، جنب بانک کشاورزی، ساختمان بیتا، واحد ۲۰۴

تلفن: ۲۲۶۴۴۸۵۵ - ۲۲۶۴۴۸۸۰

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه
۲۳	فصل اول: استیو جابز چه کاری انجام داد
۲۵	تجربه استیو جابز
۲۶	قهرمان بزرگ
۲۸	دنایای بدون استیو جابز
۳۰	قهرمان شما کیست؟
۳۲	انقلاب گسترش یافته
۳۳	هفت اصلی که استیو جابز را هدایت کرد
۳۹	فصل دوم: از قلب خود پیروی کنید
۴۱	فونتی برای خوشنویسی
۴۲	روش بارن
۴۴	دو استیو با وجه اشتراک‌های زیاد
۴۵	بی وقته ادامه دهید
۵۰	پیشنهادهای
۵۳	فصل سوم: به کار خود متفاوت ببانید
۵۴	به علایق خود بهاء دهید
۵۸	۱۲۶ بار شکست
۶۰	مرا شگفت‌زده کن
۶۱	به به‌ا عالی
۶۴	از بی‌خانمانی تا میلیاردری
۶۶	استعداد ذاتی خود را بیابید
۶۸	من توانا، آگاه و مشتاقم
۷۰	شرکت‌های بزرگ چگونه می‌توانند فکر کردن را در گاراژ ترغیب کنند؟
۷۲	وقت خود را با زندگی کردن به جای کسی هدر ندهید
۷۴	پیشنهادهای
۷۵	فصل چهارم: الهام بخش مبلغان خود باشید
۷۹	ماوراء افق را ببینید
۸۰	آموزش مشتری
۸۲	دیدگاهی که سبب آغاز انقلاب کامپیوتری گردید
۸۳	ما انقلابی بودیم
۸۴	چگونه زیراکس شکست را از پیروزی ربود
۸۷	مظهر تجلی که به بازلایت پر زندگی بخشید
۸۹	ما فقط آغاز گریم
۹۰	میکروسافت فرصت را از دست داد
۹۲	دردنیا اثری از خود به جای بگذارید

۹۳	پیشنها‌ها
۹۵	فصل پنجم: درباره دیدگاه خود متفاوت بیاندیشید
۹۸	سفر استیو جابز به ماه
۱۰۱	دستیابی به وعده‌های غیرممکن
۱۰۳	هدف والا باعث برانگیختن نوآوری می‌شود
۱۰۵	ساخت دیدگاه یک اسکوپ در یک زمان
۱۰۷	هرگز گروه مادران اینترگررا نادیده نگیرید
۱۰۹	به یک دیدگاه ایمان داشته باشید نه به یک شرح ماموریت
۱۱۲	دیدگاهی برای برند شخصی شما
۱۱۵	پیشنها‌ها
۱۱۹	فصل ششم: در جستجوی تجارب جدید باشید
۱۲۱	خلاقیت یعنی ایجاد پیوند
۱۲۳	غذا ساز، پلویز و آهنربای کامپیوتر
۱۲۶	چگونه استیو جابز چیزها را متفاوت می‌بیند؟
۱۲۹	تلفن صنعت کامپیوتر
۱۳۱	پیشنها‌ها
۱۳۵	فصل هفتم: درباره چگونگی تفکرتان متفاوت بیاندیشید
۱۳۷	اندیشه‌ی متفاوت حاصل عمل متفاوت است
۱۳۸	DNA نوآوران
۱۳۸	طرح پرسش
۱۳۹	آزمایش کردن
۱۴۰	شبکه سازی
۱۴۱	مشاهده کردن
۱۴۴	پیشنها‌ها
۱۴۵	فصل هشتم: نبوغ را در حماقت آن‌ها کشف کنید
۱۴۷	مشتریان ما به سرکار می‌روند تا دنیا را تغییر دهند
۱۴۸	این همه انسانهای نادان
۱۵۰	مشتریان فقط چشم نیستند
۱۵۲	ما آنچه را که خود می‌خواهیم طراحی می‌کنیم
۱۵۳	مظهر تجلی تکنولوژی
۱۵۵	دستورالعملی برای موسیقی دیجیتال
۱۶۰	تلفن متحول کننده اپل
۱۶۲	پرکردن فاصله‌ای که مشتریان، خود از آن آگاه نبودند
۱۶۵	وجه اشتراک جابز و استریسلند
۱۶۸	پیشنها‌ها
۱۶۹	فصل نهم: به مشتریان خود متفاوت بیاندیشید

۱۷۲	مبتکرساندویچ پنج دلاری
۱۷۴	ساخت همزمان بازی تخته‌ای و تقویت عزت نفس
۱۷۵	شما به چه کاری مشغولید؟
۱۷۶	درد خود را احساس کنید
۱۷۷	داستانهای بیشتری بگویید
۱۷۹	پیشنهاها

۱۸۱	فصل دهم: سادگی نهایت پیچیدگی است
۱۸۳	برروی آنچه مهم است تمرکز کنید
۱۸۴	اسم او ایواست، جاناتان ایو
۱۸۵	یک موفقیت یک چهارم پیوندی
۱۸۶	طرح‌های جدید و غیرمداول ارائه دهید
۱۹۰	یک محصول جهشی
۱۹۲	اهل قانون ارتقاء نرم افزار را نقض می‌کند
۱۹۳	آنقدر ساده که یک کودک دو ساله می‌تواند از آن استفاده کند
۱۹۵	محصولات خود را کاملاً ساده بسازید
۱۹۶	وب سایتی که با استفاده از دو کلمه به اندازه یک کتاب حرف می‌زند
۱۹۸	از شر آشغالها خلاص شوید
۲۰۱	پیشنهاها

۲۰۳	فصل یازدهم: به طراحی متفاوت بیاورید
۲۰۴	جادوی فلیپ
۲۰۵	از قانون سی ثانیه‌ای تبعیت کنید
۲۰۶	بسته‌بندی و دستورالعمل ساده‌ای ارائه دهید
۲۰۸	یک وب سایت ساده بسازید
۲۰۹	یک روش ساده برای معرفی محصول خود تعیین کنید
۲۰۹	روبات، خمیر دندان را بفروش
۲۱۳	آنقدر ساده که نیازی به دفترچه راهنما نباشد
۲۱۴	سوشی
۲۱۶	گفتن نه به یک هزار پلاک مشخصات
۲۱۷	هر چیز کوچکی ساده نیست
۲۲۰	باختن جنگ به خاطر یک اسلاید
۲۲۱	یک روش ساده برای عملی کردن رویاهایتان
۲۲۴	پیشنهاها

۲۲۷	فصل دوازدهم: ما اینجا هستیم تا کمک کنیم شما رشد کنید
۲۲۹	حیات پربار
۲۳۱	فروشگاه‌های خلوتی طراحی کنید
۲۳۱	فروشگاه‌ها را در جایی که مردم عمری را در آنجا می‌گذرانند احداث کنید

۲۳۲.....	خرید را آسان کنید
۲۳۳.....	مشتریان را به صورت انفرادی آموزش دهید.....
۲۳۳.....	بدون فیلتر کردن واقعیت.....
۲۳۴.....	مالینجاییم تا به شما کمک کنیم رشد کنید
۲۳۹.....	پیشنهادهای
۲۴۱.....	فصل سیزدهم: درباره تجربه‌ی برندگان به گونه‌ای متفاوت بیاندیشید
۲۴۳.....	ایجاد شادی
۲۴۴.....	نگاه درونی به تجربه‌ی زاپوس
۲۴۸.....	نشانه‌هایی از وگاسی در حومه‌ی شیکاگو
۲۵۰.....	پیتزافروش هم می‌تواند نوآور باشد
۲۵۲.....	نوآوری بانک را ورشکسته نمی‌کند
۲۵۵.....	پیشنهادهای
۲۵۹.....	فصل چهاردهم: بزرگترین سخنران شرکت در دنیا
۲۶۱.....	دیگران را متقاعد کنید که ایده شما واقع‌بینانه است.....
۲۶۳.....	آی. بی. ام خوش آمدی
۲۶۴.....	طرح تجاری ارائه دهید که اشتیاق هیئت مدیره را برانگیزد
۲۶۵.....	ما آن رالی پد می‌نامیم.....
۲۶۵.....	سرخط مناسبی برای تویتر
۲۶۶.....	یک رقیب
۲۶۷.....	قانون ۳
۲۶۷.....	ارائه نمایش به صورت ساده
۲۶۸.....	واژه‌های پرسروصدای شگفت‌انگیز
۲۷۰.....	پیشنهادهای
۲۷۱.....	فصل پانزدهم: به داستان شرکت خود متفاوت بیاندیشید
۲۷۳.....	گسترش تعالیم محاسبات اینترنتی
۲۷۴.....	سه راه حل برای انتقال ارزش ها
۲۷۴.....	داستانهای باستانی بگویید
۲۷۴.....	همه را متحد کنید
۲۷۵.....	به دنبال توسعه مهارت‌های سخنرانی باشید
۲۷۵.....	هفت راهنمایی برای فروش ایده به روش جایز
۲۸۱.....	پیشنهادهای
۲۸۳.....	سخن آخر

یادداشت مترجم

اغلب مردم به علل گوناگون از زندگی اجتماعی و حرفه‌ای خود ناخشنودند و همواره در جستجوی راهی برای شکوفا ساختن استعدادهای نهفته خود و دستیابی به سطح بهتری از زندگی هستند.

یکی از مهمترین و کاربردی ترین این راهها، مطالعه و آشنایی با افکار شخصیت‌های موفق در جهان است. مدتی قبل با خوش اقبالی بسیار، کتاب حاضر بلافاصله پس از چاپ در ایالات متحده به دستم رسید. زمان مطالعه این کتاب آنچه بیش از هر نکته دیگری ذهن مرا به خود مشغول نمود، ساده و کاربردی بودن توصیه‌های موجود در آن جهت رشد نوآوری و خلاقیت در زندگی روزمره‌ی همه، از جمله صاحبان مشاغل، دانشجویان، مهندسان، معلمان و... بود و این نکته مشوق اصلی من جهت ترجمه این کتاب بود. اگرچه انتخاب استیو جابز از سوی روزنامه تایمز به عنوان مرد سال سبب گردید تا اطمینان بیشتری نسبت به صحت انتخاب خود داشته باشم.

استیو جابز، بنیانگذار شرکت اپل، نمونه‌ی بارز یک انسان موفق در عصر حاضر است که با بهره‌گیری از استعدادهای ذاتی خود و اصول و شیوه‌های متمایز در زندگی حرفه‌ای ایش به این مهم دست یافته است. شرکت اپل در سال ۲۰۱۰ موفق شد برای نخستین بار از ماکروسافت سبقت گیرد و به عنوان پیشگام در فناوری جهان شناخته شود.

کارماین گالو، استاد ارتباطات و نویسنده‌ی دو کتاب از پرفروشترین کتابهای سال ۲۰۱۰ (کتاب حاضر یکی از آندوست) در زمینه‌ی امور تجاری در طول دو سال، صدها مصاحبه‌ی حرفه‌ای با مدیران ارشد، کار آفرینان، مشاوران و معلمان انجام داده است تا به رموز موفقیت استیو جابز و دیگر نوآوران برجسته پی ببرد. وی در این کتاب رموز فوق را در هفت اصل خلاصه کرده است. این اصول ساده، کارآمد و قابل دستیابی هستند و خواننده را قدم به قدم به سوی

اندیشیدن به گونه‌ای متفاوت هدایت می‌کنند.

امید که خوانندگان عزیز این اثر با پیروی از این اصول، روشهای جدید شگفت انگیزی برای شکوفا کردن استعدادهای خلاق خود و پرورش محیطی برای ترویج نوآوری، کشف کنند. این کتاب علاوه بر اینکه برای صاحبان مشاغل کوچک و بزرگ قابل استفاده است، راهنمای مفیدی برای دانشجویان، معلمان، مهندسان، کارآفرینان و همه‌ی کسانی است که می‌خواهند خلاقانه تر زندگی کنند و با خلق نوآوری، محیطی متفاوت برای خود و دیگران بیافرینند. با آرزوی اینکه الهام بخش شما نیز در رسیدن به موفقیت‌های چشمگیر گردد.

و با سپاس فراوان از عزیزانم خانمها کتابون و لعبت یزدانفر و فرناز سیف که ترجمه‌ی این اثر را مدیون یاریهای بی‌دریغشان هستم.

در پایان از خوانندگان عزیز خواهشمندم هر گونه نظر یا پیشنهاد خود را درباره‌ی این اثر به آدرس زیر ایمیل نمایند:

yazdanfar. n@gmail. com

آنچه جهان اکنون به آن نیاز دارد افراد بیشتری مانند استیو جابز است.

"توماس فریدمن" مقاله نویسی روزنامه "نیویورک تایمز" در نامه سرگشاده‌ای به بحث با "باراک اوباما" پرداخت. وی از "او باما" خواست تا مانند استیو جابز مشاغل بیشتری ایجاد کند. او گفت: نوآوری و کارآفرینی، علاوه بر نوابغ باید در میلیون‌ها کودک آمریکایی نیز دوباره برانگیخته شود. فریدمن چنین استدلال کرد که اگر شما مشاغل مناسب بیشتری می‌خواهید، باید در کشور محیط بهتری در جهت برانگیخته شدن نوآوری مهیا سازید تا آنرا به اوج شکوفایی برسانید. به طور خلاصه این کشور نیاز به افراد بیشتری مانند بنیانگذار و مدیر ارشد اجرایی اپل، استیو جابز دارد. سرانجام به لطف عرضه آیفون انقلابی، یکی از ابداعاتی ترین ابزار این دهه، اپل در سال ۲۰۱۰ از میکروسافت سفت گرفت. و قدرتمندترین شرکت در زمینه تکنولوژی در جهان شد. این یک پیشرفت بی‌نظیر برای هر شرکتی است و بویژه برای شرکتی که از یک اطلاق محقر کار خود را شروع کرده باشد، این موفقیت چشمگیرتر است.

همزمان با آغاز دهه دوم هزاره جدید، امریکا با مشکلات زیادی مواجه است. میلیون‌ها نفر بیکارند یا خانه‌های خود را از دست داده‌اند و یا اغلب با هر دو مشکل مواجهند. یک ششم امریکائیه‌ها، با برنامه کمک مواد غذایی از طرف دولت زندگی می‌کنند و آموزش همگانی نیاز مبرمی به بازنگری اساسی دارد. در هر گوشه از کشور صاحبان مشاغل، تلاش زیادی برای بقاء خود می‌کنند. ده سال اول این قرن با وقایع ۱۱ سپتامبر در آغاز و رکودشدید مالی در پایان، به عنوان ناامید کننده ترین و یأس آورترین دهه‌ای که امریکائیه‌ها بعد از دوران جنگ جهانی دوم پشت سرگذاشته‌اند و آنرا "دهه‌ی جهنمی" نامیده‌اند، به احتمال زیاد رو به پایان است. "تایمز" می‌نویسد بهترین چیزی که می‌توانیم درباره این دهه بگوییم این است که "به سر رسید".

رکود شدید در بسیاری از نقاط جهان گسترش یافت و کشورهایی را که با اقتصاد و زیر بنای ضعیف و مشکلات محیطی و فقر شدید دست و پنجه نرم می‌کردند، تحت تأثیر خود قرار داد. پیشرفت واقعی در دهه‌ی پیش رو، نیاز به ایده‌های نو و خلاقانه دارد. "بیل گیتس" بنیانگذار میکروسافت معتقد است: راه حل، حفظ نوآوری است. در طول دو قرن گذشته، نوآوری گستره زندگی ما را دو برابر کرده است و به ما انرژی ارزان و غذای بیشتری داده است. اگر ما جهان را در ۱۰ سال آینده بدون ادامه نوآوری در بهداشت، انرژی یا غذا تصور کنیم، تصویر تاریکی از آن می‌بینیم. در دهه‌ی آینده، افراد و صاحبان مشاغل باید ازدو رکن اساسی یعنی خلاقیت و نوآوری به خوبی استقبال کنند. نادیده گرفتن این دو رکن سبب عدم موفقیت در دوره‌ای از تاریخ می‌گردد که در آن پیشرفت، امری حیاتی است.

نکته جالب در اینجا است که رکودها اغلب، مانند کاتالیزوری برای ابداع عمل می‌کنند. بر طبق گفته‌های "آدالایوسنچز" (مدیر عمومی آی. بی. ام)، قرار گرفتن در موقعیتی تحت فشار، موجب ایجاد نیاز به نوآوری و تا حدی خلاقیت می‌گردد که ممکن است شما هرگز در موقعیت عادی آنرا تجربه نکنید. برای نوآوری بیشتر همیشه نیاز به پول بیشتر نیست. چگونه خرج کردن آن پولهاست که اهمیت دارد.

تاریخ نشان می‌دهد بزرگترین ابداعات در دوران فشارهای اقتصادی شدید صورت گرفته‌اند. در سال ۲۰۰۹، در گزارش شرکت مشاوره‌ی مدیریتی "بوز و کمپانی" آمده بود: تلویزیون، کپی برداری، تیغه‌های الکتریکی، رادیو اف. ام و بسیاری از پیشرفتهای دیگر، طی رکودهای اقتصادی شدید، تولید شده‌اند. شرکتیایی مانند "دوپونت"، که در سال ۱۹۳۷، ۴۰ درصد از درآمدش از محصولات تولید شده بعد از سال ۱۹۳۰ بدست آمد، نه تنها به خاطر گذر از رکود اقتصادی شدید بلکه برای حفظ موقعیت خود در آینده و کسب پیشرفتهای دائمی، نوآوری را دنبال کرد. مطالعات شرکت "بوز و کمپانی" نشان داد که در زمان سختی و فشار از نوآوران مشهور الگوبرداری می‌شود. در هنگام سختی‌ها، نوآوران موفق، توانمندیهای خود را نشان می‌دهند و

همچنانکه به دنبال فرصتهایی برای کسب اعتبار هستند، اقدامات جسورانه ای نیز انجام می‌دهند.

در حقیقت، به نظر می‌رسد فشار، تنش و نیاز، مسیر طبیعی برای بیان این عبارت است: "راه جدیدی پیدا کن". در طول ۲ سال گذشته، من صدها ایمیل از زنان و مردانی دریافت کردم که کار خود را از دست داده بودند. اما آنها این موقعیت را فرصتی برای پیروی از علایقشان و ایجاد کاری نو و خلاقانه می‌دانستند. روزنامه‌ی «وال استریت ژورنال» نوشته است: تعداد فزاینده‌ای از فارغ التحصیلان دانشگاهها که با بازار کار بی‌رحم مواجهند، تصمیم گرفته‌اند کاملاً از مسیر سازمانی برای تأسیس شرکت خود صرفنظر کنند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که به میزان بی‌سابقه‌ای افراد نسل جدید (که اغلب جسور و عجول خوانده می‌شوند) گروه‌های هدمندی را ایجاد کرده‌اند. من تعجب نمی‌کنم اگر ۱۰ سال دیگر بفهمیم که "دهه جهنمی" در واقع دهه‌ای بوده که محصولات، خدمات، شیوه‌ها و ایده‌های جدید بی‌شماری در آن خلق شده است. در هر گوشه از دنیا، جایی در گاراژها، اطاقکها و کلاسهای درس، موج جدیدی از نوآوران مشغول کار برای پیشرفت در تکنولوژی، بهداشت، علوم و محیط زیست هستند.

"ریک همپسون" در یادداشتی برای هفته نامه "یو.اس.ای. تودی" نوشت: "هراس و وحشت ما ممکن است مایه نجات ما شود." آمریکاییها اغلب فکر می‌کنند با بدترین شرایط مواجه شده‌اند به همین دلیل نهایت تلاش خود را انجام می‌دهند تا اوضاع را بهتر کنند. خواه پرتاب موشک "اسپوتنیک" در سال ۱۹۵۹ باشد یا سقوط هواپیمای "سایگون" در سال ۱۹۷۵ یا چالش اقتصادی ژاپن در دهه‌ی ۸۰، این عقیده همیشگی وجود دارد که بهترین روزها را پشت سر گذاشته ایم... با این حال، تجربه قدیمی ترها ما را در گذر از این مرحله نجات می‌دهد. به جای ناچیز پنداشتن چالشها، لازم است واکنش مناسبتری نشان بدهیم. در یک دنیای رقابتی این رمز موفقیت ماست.

برای خارج کردن کشور از رکود، نوآوری امری ضروری است. ایده‌های خلاقانه، جسورانه و

بزرگ لازم است تا کشورهای درمانده و شرکتهای در حال ورشکستگی و کسب و کارهای راكد را احیاء نموده و دوباره به اوج برساند. مدیر نمونه‌ای که توانسته است چنین نقشه‌ی راهی را تهیه کند استیو جابز است.

در اکتبر سال ۲۰۰۹، "مک گراهیل" کتاب "راز سخنرانیهای استیو جابز" را منتشر کرد، این کتاب به سرعت جزء پرفروش‌ترین کتابها در دنیا شد. اما در این راه اتفاق جالبی افتاد. این عنوان در لیست پر فروش‌ترین‌ها در ردیف عنوانهایی چون «کمک به نفس خود» و «موفقیت افسانه‌ای» قرار گرفت بعنوان مثال کتاب "راز" اثر "راندال بایرنز" و کتاب "هفت عادت افراد بسیار موفق" اثر "استفان آرکای" را می‌توان نام برد. خوانندگان به سبب مطالبی که از این کتابها آموخته بودند شروع به تغییر نگرش خود نسبت به کار و حرفه شان نمودند و چگونگی آن را با نویسنده در میان گذاشتند. یک گزارشگر در مقاله‌ای برای وب سایت آنلاین "جاوا ورلد" نوشته است او کتاب راز سخنرانیهای استیو جابز را به منظور پیشرفت در مهارتهای سخنرانی انتخاب کرده بود. اما در آن نکته‌های ظریفی یافته بود که می‌توانست به مدیران IT، و مدیران ارشد اطلاعات کمک کند تا رهبران بهتری باشند. من از این بازخورد بسیار خوشحال شدم. این کتاب بوضوح به خوانندگانی که در جستجوی ابزار موفقیت برای سخنرانیهای مؤثرتر بودند کمک می‌کرد. شما در حال خواندن کتابی شبیه به آن هستید. اگر چه در این کتاب از اهمیت ارتباطات سخن گفته شده است اما محتوای آن عمیقاً به بررسی اصولی می‌پردازد که استیو جابز را در اکثر دوران زندگی راهنمایی کرد؛ این درسها به شما کمک می‌کند تا انرژی خود را برای کار و زندگی آزاد کنید.

پیش از اینکه به بررسی اصولی پردازیم که استیو جابز را یکی از موفق‌ترین نوآوران دنیا کرد، باید بر سر تعریف "نوآوری" که بدون توجه به عنوان یا عملکرد آن به هر کسی اطلاق می‌شود، (اعم از مدیران ارشد اطلاعات، مدیران، کارمندان، دانشمندان، معلمان، کارآفرینان و دانش آموزان) به توافق برسیم. در یک جمله: نوآوری، روش جدیدی در انجام کارهاست

که منجر به تغییرات مثبتی گردد و زندگی را بهبود بخشد.

اقتصاددان "تاپان مانرو" به من گفت: اکثرا بر این موضوع هم عقیده اند که نوآوری بهترین راه برای حفظ رونق اقتصادی است. "نوآوری سبب افزایش بهره وری می شود و بهره وری امکان سود و درآمد بیشتر، مشاغل و محصولات جدید و اقتصاد پررونق تر را افزایش می دهد. اگر شما پنجره را به سوی دنیای اقتصاد باز کنید نور خورشید را خواهید دید. هوا همیشه ابری نیست. ما به ایده های هوشمندانه ای نیاز داریم که با مشکلات واقعی روبرو شوند و آن را تبدیل به محصولات و خدماتی کنند که همه به آن نیاز داریم "مانرو" همراه با "گیتس" و "فریدمن" معتقدند که نوآوری باید جادوی جدید ما باشد.

"مانرو" می گوید: "نوآوری یک مفهوم گسترده است. یک innovation با i کوچک و یکی با a بزرگ وجود دارد: a بزرگ شامل چیزهایی مانند ساختن اینترنت، موتور احتراق داخلی و بار کد است. اما innovation با i کوچک شامل پیشرفتهای مستمر کوچک است که به بهتر شدن زندگی شما کمک می کند، تا مشاغل کوچک رشد کنند و بهره وری شرکت ها ارتقاء یابد. این نوآوریهای کوچک هر روزه اتفاق می افتند و زندگی را برای همه بهتر می کنند.

"کارتیس کارلسون" در کتاب "نوآوری" می نویسد: "عموما تجارت دستورالعملی برای شکست است. اگر می خواهید در این دنیای پریاهوی تجارت پذیرفته و موفق شوید آموزشهای حرفه ای سنتی کافی نیست و باید علاوه بر آن (بدون توجه به نوع حرفه تان) مهارتهای جدید نوآوری را نیز کسب کنید. اگر بدانید چگونه مشتری مداری کنید به همان میزان اعتماد مدیران را جلب کرده اید و شانس بیشتری برای موفقیت خواهید داشت، در غیر اینصورت از بازار طرد خواهید شد. " "کارلسون" می گوید: "اینکه شما مقام بالایی در هوافضا داشته باشید یا به عنوان کارشناس امور مالی یا حسابدار یا متخصص بیمه آموزش هایی دیده باشید مهم نیست، بلکه تجربه شما باید با دنیای جدید سازگار باشد. و سازگاری به مفهوم نگاه نو و خلاقانه به مسائل موجود و بالقوه است."

خلاقیت اثربخش است. "مونرو" می گوید: "نوآوری کاری نیست که شما یکبار انجام بدهید و پس از آن کنار بکشید و استراحت کنید. نوآوری به معنی تعهد شخصی به پیشرفت مداوم است. "او مثال زیر را عنوان می کند: "بیایید مشاوره را در نظر بگیریم که پیش بینی های اقتصادی ارائه می دهد. اگر من می خواستم واقعا نوآور باشم اولین کاری که انجام می دادم این بود که خدماتی ارائه دهم که بیشترین توانمندی را در آن زمینه داشته باشم. اگر خدمات من مانند پنج شرکت دیگری می بود که در همان ناحیه کار می کردند، نوآوری من این بود که خود را در چند زمینه متمایز کنم یعنی ارائه خدمات بهتر به مشتری، تحقیقاتی با کیفیت بالاتر، پیشنهادهای انحصاری تر، ارتباطات بهتر، و واضحتر و دستورالعملهای کاربردی آسانتر که کارفرمایان بتوانند آنها را بکار گیرند." "مانرو" می گوید: "یک پرسش شما را از بقیه متمایز می کند: چگونه می توانم به کارفرمایان یا مشتریانم کمک کنم تا کارشان را بهتر انجام دهند؟" او ادامه می دهد: "یافتن پاسخ این سوال نوآوری است."

تکرار فرآیندهایی که موجب رکود مالی جهانی شد برای بسیاری از شرکتها و افراد می تواند نتایج مشابهی در پی داشته باشد. این عبارت که: "نوآوری را بخشی از وجود خود کنید" به این معنی است که جادوی اپل را برای تجارت، کار و زندگیتان بکار گیرید. یعنی "متفاوت فکر کنید". اگر محصولات شما نمی تواند خریداران را برانگیزد باید درباره پیشنهادهایتان تجدید نظر کنید. اگر فروش شما کم شده است باید درباره ی مشتری مداری به گونه دیگری فکر کنید. اگر شما ۲۰۰۰ بار کارتان را عوض کرده اید باید درباره مدیریت کارتان متفاوت فکر کنید.

همانند استیو جابز فکر کردن، می تواند به مربیان و صاحبان مشاغل کمک کند. "رابرت کیوساکی" در کتاب "پدر ثروتمند" نوشت: "در امریکا آموزش و پرورش می تواند سهم بزرگی از نوآوری را بکار گیرد" مدارس آمریکا باید درسهایی از تجارت را که توسط کارآفرینانی مانند هنری فورد و استیو جابز خلق شده اند، مورد استفاده قرار دهند. آنها نقشه راه را به ما داده اند.

سیستم آموزشی آمریکا نیاز به تزریق نوآوری دارد. یعنی همان کاری که کارآفرینان انجام می‌دهند. ما به دو برنامه متفاوت در مدارس دولتی نیاز داریم: یکی برای کارکنان و دیگری برای کارآفرینان. آموزش کارآفرینان با آموزش افرادی که می‌خواهند کارمند شوند متفاوت است.

در این کتاب از بحث درباره تئوریهای پیچیده و محرمانه نوآوری که به قفسه‌های گرد و خاکی کتابخانه دانشگاه‌ها منتقل شده‌اند خودداری شده است. اقتصاد دانی به من گفت: «اکثر مقالات دکترها در باب نوآوری سنگین و پیچیده هستند چون برای عامه مردم نوشته نشده‌اند. این مقالات توسط دکترها برای دکترها نوشته شده است. در بسیاری از موارد، هر چه تئوری احمقانه تر باشد، نویسنده در چشم هم‌ترازان خود محترم تر شمرده می‌شود. من سالها این نقش را بازی کرده‌ام».

با وجود رکود جهانی ما وقت بازی نداریم. آنچه احتیاج داریم اصول و ابزار عملی برای کمک به آزاد کردن پتانسیل خلاق است که در هر یک از ما وجود دارد. اصولی که به شما آموزش می‌دهم ساده، با معنی و برای هر متخصصی در هر زمینه‌ای قابل دستیابی است، مدیر ارشد اجرایی، مدیر کارآفرین، مشاور، متخصص خلاق، صاحبان مشاغل کوچک، معلم، دکتر، حقوقدان، دلال معاملات ملکی، زن خانه دار و البته، دکترهایی که واقعا به کاربرد تحقیقاتشان در جهت بهتر کردن شرایط بشریت اعتقاد دارند.

غالبا نوآوری با خلاقیت اشتباه گرفته می‌شود اگر چه هر دو مکمل هم‌اند اما با هم متفاوتند. خلاقیت به معنی طراحی، ایجاد و ساختن محصولات یا فرآیندهای جدید است. در حالی که نوآوری با ایده‌های خلاق آغاز می‌شود که در نهایت به اختراعات، خدمات، فرآیندها و شیوه‌ها تبدیل می‌شود. هر کسی نمی‌تواند خلاق باشد اما می‌تواند نوآور باشد. اگر شما صاحب شغل کوچکی هستید که با یک ایده جدید بازدید کننده‌ای را به خریدار تبدیل نموده اید، پس شما نیز یک نوآورید. اگر شما مدیری هستید که راه جدیدی برای الهام بخشیدن کارمندانان

بوجود آورده اید، پس شمانیز یک نوآورید. اگر شما کارآفرینی هستید که کار جدیدی را دوباره آغاز کرده اید، پس شمانیز یک نوآورید؛ اگر شما زن خانه داری هستید که راهی برای بازسازی مدرسه عمومی محله خود پیدا کرده اید، شما نیز یک نوآورید.

نوآوری چیزی است که مردم عادی هر روزه انجام می‌دهند تا زندگی فوق العاده‌ای داشته باشند شما در صفحات بعدی با بسیاری از آنها آشنا می‌شوید، مردان و زنانی که با اصلاحاتی در روش استیو جابز در حال تغییر شغل، جامعه و زندگی خود هستند.

مطالعه نوآوری، مغز شما را هشیار نگه می‌دارد. دانشمندان کشف کرده‌اند که با بالا رفتن سن، ماده‌ای که در مغز وجود دارد، ناپدید نمی‌شود بلکه براحتهی در لابلاهی نرونهاهی مغز گم می‌شود. با بالا رفتن سن مغز، دیدن تصاویر بزرگ بهتر صورت می‌گیرد. متخصصان اظهارمیدارند که بهترین راه برای جنبش سیناپسها (محل تماس دو عصب) اینست که خود را در معرض افراد و عقاید مختلفی قرار دهید که روش فکر کردن شما را به چالش می‌کشند. شاید استیو جابز در سن ۱۹ سالگی، حق داشت که مناطق سرسبز کالیفرنیا را با دوستش "دانیال کوتک" به مقصد هندوستان ترک کند. این سفر به بسیاری از تصورات اشتباهی که او درباره سرزمینهای بیگانه داشت پاسخ داد. این اولین باری بود که من به این موضوع فکر کردم که شاید توماس ادیسون نسبت به "کارل مارکس" و "نیم کارولی بابا" سهم بیشتری در پیشرفت دنیا داشته است.

جابز بدون یافتن روشنگری معنوی در سفر، به خانه والدینش در "لاس آلتوس" واقع در "کالیفرنیا" برگشت و تصمیم گرفت اثر جاودانی از خودش به جای بگذارد. در طول سه دهه بعدی مسیری که او انتخاب کرد همراه با فراز و نشیبهای حیرت آوری هم در زندگی شخصی و هم در زنگی حرفه ایش بود. او موفقیت، شکست و رستگاری را تجربه کرد و با آغاز سال ۲۰۰۴، مردی که زمانی برای یافتن پاسخ مرموزترین معمای زندگیش به هندوستان سفر کرده بود، بعد از جان سالم بدر بردن از دو بیماری خطرناک، به دانش نادر و کمیابی دست یافت. جابز

می‌گوید: "مهمترین ابزاری که به من کمک کرد تا بزرگترین تصمیم‌های زندگی‌م را بگیرم به خاطر آوردن این موضوع بود که بزودی می‌میرم". اگر همانطور که "فریدمن" می‌گوید امریکا نیاز به رهبران بیشتری مانند استیو جابز دارد، ما باید او را راهنمای خود بدانیم. برنامه‌های جابز بسیار محرمانه است، اما سرنخ‌های زیادی در مسیر خود به سوی موفقیت چشمگیرش قرار داده است. تنها کاری که شما باید انجام دهید اینست که بدقت نگاه کنید.

www.ketab.ir