

# بزرگی چگونه است؟

بهترین شگردهای  
رهبری برای مدیران

چون دهان جوان  
زروان بخت را



www.iranlib.ir

# بزرگی چگونه است؟



برترین شگردهای  
رهبر، برای مدیران  
چشم‌پوش و نو  
زر را بختیار

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: ۳۹۶

تیراژ: ۷۰۰ جلد

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

شابک: ۹۶۸-۶۰۰-۷۵۷۵-۲۷-۷

کلیه حقوق محفوظ است.

خیابان شریعتی، ابتدای پارک شریعتی،

خیابان آذرشهر، کوچه سراب، پلاک ۶

تلفن: ۲۲۸۶۸۷۴۲

مرکز پخش: ۶۶۴۰۴۵۳۲

asemannilgoun@gmail.com



Donovan, Jeremy

دونوان، جریمی

بزرگی چگونه است: (بهترین شگردهای رهبری برای مدیران) / جریمی دونوان؛ [ترجمه]  
زروان بختیار.

تهران: آسمان نیلگون، ۱۳۹۵.

ISBN: 978-600-7575-27-7

شابک:

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا

عنوان اصلی: What Great Looks Like : Leadership Best Practices for General Managers, 2011.

عنوان دیگر: بهترین شگردهای رهبری برای مدیران.

موضوع: ۱. رهبری اجرایی — دستنامه‌ها. ۲. مدیریت صنعتی — دستنامه‌ها. ۳. مربی‌گری  
ا.ا.

بختیار، زروان. ۱۳۶۵. ترجمه

۶۵۸/۴۰۷۱۲۴

۴ب۳۰/۳/۵۲۲۴ HD

۴۴۸۲۴۰۰

شماره کتابشناسی ملی:

## فهرست

### بخش نخست / مدیریت و رهبری

|    |                            |
|----|----------------------------|
| ۱۳ | فصل نخست: رهبری            |
| ۱۹ | فصل دوم: حل مسئله          |
| ۲۷ | فصل سوم: مدیریت افراد      |
| ۴۱ | فصل چهارم: مدیریت تغییر    |
| ۴۹ | فصل پنجم: مدیریت بحران     |
| ۵۴ | فصل ششم: به دست گرفتن قدرت |
| ۵۹ | فصل هفتم: فرهنگ سازمانی    |
| ۶۴ | فصل هشتم: جلسه‌های مهم     |

### بخش دوم / فروش، بازاریابی و خدمات

|     |                                   |
|-----|-----------------------------------|
| ۷۱  | فصل نهم: رضایت و وفاداری مشتری    |
| ۷۸  | فصل دهم: فروش به مدیران اجرایی    |
| ۸۳  | فصل یازدهم: اثربخشی پیام‌رسانی    |
| ۸۸  | فصل دوازدهم: مدیریت محصول         |
| ۹۲  | فصل سیزدهم: رایاهمایی             |
| ۹۶  | فصل چهاردهم: خلق جامعه‌ای دیجیتال |
| ۱۰۱ | فصل پانزدهم: کارآمدی نیروی فروش   |

## بخش سوم / راهبرد و برنامه‌ریزی

- ۱۱۱ فصل شانزدهم: مذاکره  
۱۲۰ فصل هفدهم: عدم قطعیت آماری  
۱۲۵ فصل هجدهم: راهبرد قیمت‌گذاری  
۱۳۰ فصل نوزدهم: ادغام و خرید شرکت‌ها  
۱۳۵ فصل بیستم: راهبرد سازمانی

## بخش چهارم / نوآوری

- ۱۴۳ فصل بیست و یکم: مصاحبه با مشتری  
۱۵۱ فصل بیست و دوم: رأی‌برهم‌افکنی  
۱۵۸ فصل بیست و سوم: کارآفرینی

## بخش پنجم / ششم (پیشرفت شخصی و حرفه‌ای)

- ۱۶۷ فصل بیست و چهارم: مدیریت زمان  
۱۷۱ فصل بیست و پنجم: سخنرانی عمومی  
۱۸۶ فصل بیست و ششم: بیان داستان  
۱۹۲ فصل بیست و هفتم: زبان بدن  
۱۹۹ فصل بیست و هشتم: جاذبه‌ی شخصی  
۲۰۷ فصل بیست و نهم: خوشحالی و معنای زندگی

## بخش ششم / گفته‌های پایانی

## پیشگفتار نویسنده

پاداش افراد موفق که در انجام دادن امور کمک می‌کنند این است که بسمت‌های مدیریتی به آن‌ها آماده شود. یکی از استادان من همیشه می‌گفت: «پاداش برنده شدن در مسابقه‌های هانگ‌گوری، دست‌داگ بیشتر است.» حتی آن افراد خوش اقبالی که مدرک مدیریت ارشد کسب و کار خود را دریافت کرده‌اند، برای چالش‌های روزانه به‌خوبی آماده نیستند. مدیران تازه‌کار که تجربه به مجموعه‌ای از بهترین شگردها و درس‌ها نیاز دارند که آن‌ها را به سه سه‌گانه هدایت کند.

من این کتاب را نوشته‌ام تا به مدیران کنونی و اندپرواز دیدگاهی رقابتی بدهم. روش کارم به این شکل است که یافته‌های خرد را به رباره‌ی چگونگی رهبری، بازاریابی، نوآوری و پیشرفت شخصی در اختیاران می‌گذارم. این راهنمایی‌ها از تجربه‌ی شخصی من، اتفاقات دانشگاهی، ادبیات غیرتجربی، در حوزه‌ی داد و ستد و اتفاقات مشهور در رسانه‌ها سرچشمه می‌گیرد. من به‌طور خاص به مهارت‌های مدیریت عمومی و کاربردی تمرکز کرده‌ام که در طول تحصیل خوبی که در «مکده‌ی داد و ستد بوث» در دانشگاه شیکاگو<sup>۱</sup> داشتم به آن مواجه نشده بودم.

برای تألیف این کتاب، کتاب‌های پر فروش بی‌شماری را در زمینه‌ی داد و ستد مطالعه کردم. بهترین این کتاب‌ها در بخش کتاب‌های پیشنهادی در پایان کتاب آورده شده است. در میان کتاب‌هایی که مطالعه کرده‌ام، تعداد کمی از آن‌ها این موضوع را در چکیده‌ای یکی-دو صفحه‌ای بیان می‌کرد. این چکیده‌ها علاقه‌ی مرا

نسبت به این کار بیشتر کرد، اما مرا هم برای کسب دانش بیشتر مشتاق‌تر کرد. من چیزی جامع‌تر از چکیده‌ای یک‌صفحه‌ای و کارآمدتر از یک کتاب می‌خواستم. هدف من این است که این شکاف را پر کنم. امیدوارم که رهنمودهای این کتاب، در تلاش‌های حرفه‌ای که می‌کنید، به شما دیدگاهی رقابتی بدهد.