

۵۵۵۵۲۳
۹۶/۱۱/۹۵

نفس کز پرور در کسب و کار

جعبه ابزاری برای راه حل یابی خلاق

جین لیدکا، تیم اگیلوی

مترجم: مرتضی خضری پور



- نویسندگان: جین لیدکا، تیم اگیلوی
- مترجم: مرتضی خضری پور
- مدیر هنری و طراح جلد: مجید زارع
- تصویرساز: میثم موسوی نام نوشته: حمید قربان پور
- لیتوگرافی: فرایند گویا چاپ: ستاره سبز صحافی: جامی
- شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۳۴-۶
- ناشر: آریانا قلم
- نشانی: خیابان سهروردی جنوبی، ملایری پور غربی، پلاک ۳۷، واحد همکف
- تله: ۸۸۳۴۲۹۱۰
- روشگاه اینترنتی: www.AryanaGhalam.com

همه حقوق برای گروه پژوهشی صنعتی (آریانا) محفوظ است.
هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل، بدون اجازه کتبی ممنوع است.

Copyright © 2011 Jeanne Liedtka and Tim Ogilvie

This Persian edition is a complete translation of the U.S. edition, specially authorized by the original publisher, Columbia University Press.

- نسخه حاضر به زبان فارسی ترجمه شده است. این نسخه آمریکایی کتاب است و براساس اجازه ویژه انتشارات دانشگاه کلمبیا، مترجم اصلی اثر، چاپ و منتشر شده است.

سرشناسه: لیدکا، جین / Liedtka, Jeanne
عنوان و نام پدیدآور: تفکر طراحی در کسب و کار: جعبه ابزاری برای حل خلاق
نویسندگان: جین لیدکا، تیم اگیلوی؛ مترجم: مرتضی خضری پور
مشخصات نشر: تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری: ۳۹۲ ص. مصور (رنگی)، جدول (رنگی)، نمودار (رنگی)
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۳۴-۶
وضعیت فهرست نویسی: قیفا

یادداشت: عنوان اصلی: **Designing for Growth**
A Design Thinking Tool Kit for Managers

یادداشت: واژه نامه

موضوع: خلاقیت در کسب و کار / Creative ability in business

موضوع: تحول سازمانی / Organizational change

موضوع: موفقیت در کسب و کار / Success in business

شناسه افزوده: اگیلوی، تیم / Ogilvie, Tim

شناسه افزوده: خضری پور، مرتضی ۱۳۶۳-، مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ۷ ت ۹ ص ۵۳ HD

رده بندی دیویی: ۴۰۶۳ / ۶۵۸

شماره کتاب شناسی ملی: ۴۶۰۶۵۴۰

•	←	• سخن ناشر - ۹
		• مقدمه نویسندگان برای انتشار ترجمه فارسی - ۱۱
		• مقدمه مترجم - ۱۵
		• سخن حامی کتاب - ۲۱
		• مقدمه کنش یار ترجمه کتاب - ۲۵
۱	←	• چرایی و چگونگی تفکر طراحی - ۲۷
		• ۱ چرا طراحی؟ - ۲۹
		• ۲ چهار پرسش، ده ابزار - ۶۹
۲	←	• چه وضعیتی هست؟ - ۹۹
		• ۳ بصری سازی - ۱۱۳
		• ۴ ترسیم مسیر تجربه مشتری - ۱۳۹
		• ۵ تحلیل زنجیره ارزش - ۱۶۱
		• ۶ رسم نقشه ذهنی - ۱۷۳
۳	←	• به می می آگه؟ - ۱۹۱
		• ۷ پرسش فکری - ۱۹۱
		• ۸ توسعه مدل مفهومی - ۲۲۵
۴	←	• چه چیزی شگفت آور است؟ - ۲۳۷
		• ۹ آزمون پیش فرض - ۲۴۹
		• ۱۰ نمونه سازی سریع - ۲۶۱
۵	←	• چه چیزی جواب می دهد؟ - ۲۸۳
		• ۱۱ هم آفرینی با مشتریان - ۲۹۳
		• ۱۲ عرضه اولیه به منظور یادگیری - ۳۰۷
۶	←	• هدایت رشد و نوآوری در سازمان شما - ۳۳۱
X	←	• پیوست - ۳۶۷
		• ابزارهای مدیریت پروژه - ۳۶۹
		• فهرست نیازهای جهانی بشر - ۳۸۱
		• واژه نامه توصیفی - ۳۸۵

در دنیای نشر هر کتاب داستانی دارد، با انتخاب کتاب سفری آغاز می‌شود و سوغات این سفر کتابی است که پدیدآورندگان آن، یعنی نویسنده، ناشر، مترجم، مشاور علمی، ویراستار، طراح، صفحه‌آرا و افراد دیگر در زنجیره چاپ و نشر، به خواننده خود هدیه می‌دهند. مقصود از سه‌های آریانا قلم، فقط ترجمه فارسی و انتشار کتاب نیست، بلکه با تأثری دیگر است که محتوای کتاب اصلی و منظور نویسنده آن را صحیح و ساس و جذاب به خواننده فارسی‌زبان عرضه کند.

وقتی موضوع سفر «تفکر طراحی» باشد، سفر جذاب‌تر اما دشوارتر می‌شود و هم سفر هم‌راه و همگامی می‌طلبد که عاشق این سفر طاقت‌فرسا باشند. سفر خواننده نسخه فارسی کتاب تفکر طراحی در کسب‌وکار با حضور هم‌رانی سخت‌کوش، متعهد و کاردان از یک سال گذشته آغاز شد، و کتاب حاضر سوغات آن است که به همه کسانی تقدیم می‌شود که می‌خواهند در امر کاری و شخصی خود به‌گونه‌ای دیگر بیندیشند و طرحی نو دراندازند.

داستان انتخاب این سفر در آریانا قلم، تجربه ما و گروه آریانا در انتشار کتاب‌های روزآمد در حوزه مدیریت و کسب‌وکار حضور فعال در اکوسیستم کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) و مشاورت در برنامه‌های مربوط به این حوزه و شناسایی مسائل و مشکلات شرکت‌ها در مسیر ارائه ایده تا محصول برمی‌گردد. مسئله‌ای که به دفعات در این‌گونه کسب‌وکارها می‌دیدیم ناکامی آنها در مرحله ارائه به بازار و نداشتن مشتریان دست‌به‌جیب بود. در مواجهه با این مسئله و برای پاسخگویی به آن، کتاب تفکر طراحی در کسب‌وکار را انتخاب کردیم. این کتاب، مانند راهنمایی گام‌به‌گام با طرح پرسش‌های کلیدی و ارائه ابزارهای

کاربردی، به کارآفرینان و نوآفرینان کمک می‌کند تا در مسیر موفقیت قرار بگیرند. در این کتاب، مدل نسبتاً جدیدی در زمینه تفکر و حل مسئله تشریح می‌شود که تفکر طراحی نام دارد. آنچه این کتاب را از برخی از کتاب‌های دیگر انتشارات آریانا قلم از جمله خودباوری در خلافت، راه‌اندازی کسب و کار و طراحی ارزش پیشنهادی (که در آنها هم کم‌وبیش به این موضوع پرداخته شده است) متمایز می‌کند این است که آنها بخشی از فرایند تفکر طراحی را توضیح می‌دهند، اما تفکر طراحی در کسب و کار را به دست دادن ابزارهای آن و مثال‌هایی عینی، این فرایند را از ابتدا تا انتها به صورت کاربردی و فهم‌پذیر تشریح می‌کند.

در صحنه‌های پیش رو، دیگر هم‌سفران این کتاب داستان خود را روایت می‌کنند. روایت آنها درباره چرایی گزینش این کتاب، چگونگی آماده‌سازی آن، توضیح ساختار و محتوایش جملگی مقدمه خوبی است که خواننده فارسی‌زبان را برای خواندن کتاب آماده می‌کند. حتی نویسنده اصلی کتاب هم روایت کوتاهی برای خواننده فارسی‌زبان نوشته است.

این سفر با پیشنهاد سرانجامی آقای جناب آقای نرژده هوانسیان، از متخصصان و مدرسان این حوزه، آغاز شد و جناب آقای مرتضی خضری‌پور، مترجم دقیق و توانمند، ترجمه کتاب را پذیرفتند. جناب آقای محمدعلی معین‌فر، ویراستار قابل و فهیم آریانا قلم، از همان آغاز هم سفر این تیم شدند و نهایتاً جناب آقای مجید زارع مدیر نشر کتاب، به این جمع پیوستند. اعضای این تیم در طول یک سال خیر با همکاری خوب و نزدیک خود تلاش کردند هدفی فراتر از ترجمه فارسی کتاب در نظر داشته باشند و حاصل تعامل و تلاش فکری آنها کتاب حاضر است.

امیدواریم نوآفرینان، مدیران، کارشناسان و دانشجویان ایرانی نیز با دست داشتن این کتاب سفر خود را آغاز کنند و از طی این مسیر لذت ببرند و به مقصد و مقصودشان برسند.

مقدمه نویسندگان برای انتشار ترجمه فارسی

تیم اگیلوی، واشنگتون دی سی، ۱۷ فوریه ۲۰۱۷



نخستین نشانه‌های آمدن بهار، نامحسوس و ظریف‌اند. درست همان موفقی که شیشه پنجره‌هایمان یخ زده است، فرایندهایی پنهان، چند سانتی‌متر زیر زمین، شروع به کار کرده‌اند. من بیست سال از عمرم را به‌طور جدی، صرف ایجاد رشد و نوسازی در سازمان‌های بزرگ و کوچک کرده‌ام. به نظر من، استفاده از روش‌های طراحی برای پرداختن به چالش‌های بزرگ، ترشد. یکی از آن نشانه‌های فراسیدن تغییر است که به‌آسانی قابل مشاهده نیست.

به همین دلیل، حرمند که ترجمه فارسی کتاب تفکر طراحی در کسب‌وکار: جعبه‌ابزاری برای خلق خلاق را معرفی کنم. علاوه بر نسخه اصلی انگلیسی، نسخه فارسی پنجمین ترجمه کتاب به‌شمار می‌آید. همان‌طور که از ترجمه‌های قبل، آموخته‌ایم، این رویداد فرصتی برای صادر کردن ایده‌ها و روش‌های آمریکایی نیست. این روش‌ها منحصرآمریکایی نیستند، و درواقع به‌کارگیری تفکر طراحی، در اروپای شمالی به‌نسبت نواحی دیگر، ریشه‌های عمیق‌تری دارد.

من نیز این مقدمه را در جایگاه یک آمریکایی نوعی نمی‌نویسم؛ در دهه ۱۹۸۰ من نیز این مقدمه را در چهار کشور گذرانده‌ام، و تفکر طراحی را در ده کشور آموزش داده‌ام. از این دیدگاه، روشن است که روش‌های ارائه‌شده در تفکر طراحی در کسب‌وکار جهانی‌اند. ما این رویکرد را برای بازتصور سیستم‌های

بهداشت عمومی در آفریقا و سیستم‌های پشتیبانی دستگاه‌های پزشکی در آمریکا به کار بسته‌ایم و در هر دو، موفقیت یکسانی کسب کرده‌ایم؛ و این ابزارها را هم در کسب‌وکارهای نوپا و هم در شرکت‌های چندملیتی جهانی، با کمترین حد نیاز به تطبیق دادن، به کار برده‌ایم. روش‌های این کتاب، همان‌هایی است که هر روز از آنها در کسب‌وکارمان استفاده می‌کنیم، چراکه این روش‌ها جواب می‌دهند.

هنگامی که من و جین لیدتکا، نویسنده همکارم، در سال ۲۰۱۰ شروع نوشتن تفکر طراحی در کسب‌وکار کردیم، چشم‌اندازمان این بود که استفاده از طراحی را از پرده ابهام درآوریم و آن را برای مدیران قابل فهم کنیم؛ گمان نمی‌کردیم طراحی که به طور رسمی آموزش دیده بودند نیز این کتاب را در بازار می‌پسندد. اگر مدیریت، این کتاب روش‌های بصری‌ای را که برای ایجاد همکاری‌های ارزان و انسان‌محور به آنها نیاز دارید، به صورت گام به گام به شما نشان خواهد داد. نیازی نیست تحصیل کرده هنر باشید. اگر طراحی هستید، این صفحات به شما کمک می‌کند تا از زیباسازی و ظاهرگرایی، دست‌کم برای انتخاب مسئله، صورت‌بندی و در نهایت حل آن ارتقا پیدا کنید.

طراحان و مدیران هر دو نقش مهمی در فرایند رشد و نوآوری دارند. در سراسر دنیا، دیده‌ایم که این روش‌ها باعث رشد را بر سراینکه از کدام رویکرد استفاده کنیم پایان می‌دهند، و این گروه را بر سر یک هدف مشترک متحد می‌کنند.

فرهنگ ایرانی به کارآفرینی، و هنر و طراحی‌ای که مردم را گرد هم می‌آورد، شناخته می‌شود. صمیمانه آرزو مند ترجمه فارسی کتاب کمک کند که این ویژگی‌های طبیعی را هدایت و از آنها برای افشاندن بذره‌های رشد بهره‌برداری کنید، باشد که اینها برای نسل‌های بعد به گل بنشینند.