

آن چیزهایی که کارآفرینان موفق می دانند، اما به شما نخواهند گفت

ذهن کارآفرینان

۱۰۰ مورد از اعتقادات، خصوصیات، و عادات حیاتی کارآفرینان برگزیده

تألیف:

کوین جانسون

مترجمان:

الهام کیان مر - هاجر معیری فرد

با پیشگفتاری از:

پرویز دررمی

مدرس دانشگاه - مشاور و محقق بازاریابی

ویراستاران:

احمد آخوندی - محسن جاویدمؤید



سرشناسه	جانسون، کوین دی.
عنوان و نام پدیدآور	Johnson, Kevin D.
مشخصات نشر	ذهن کارآفرینان؛ ۱۰۰ مورد از اعتقادات، خصوصیات، و عادات حیاتی کارآفرینان برگزیده / تألیف کوین جانسون؛ مترجمان کیان مهر، هاجر معیری فرد؛ با پیشگفتاری از پرویز درگی؛ ویراستاران احمد آخوندی، محسن جاویدمؤید. تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۳۱۲ ص.
شابک	978-600-6982-46-5
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	The Entrepreneur mind: 100 essential beliefs, characteristics, and habits of elite entrepreneurs, 2013.
یادداشت	کتاب حاضر نخستین بار تحت عنوان ذهن کارآفرینان؛ ۱۰۰ باور، ویژگی و عادات مهم کارآفرینان نخبه، آنچه که کارآفرین موفق می داند اما به شما نمی گوید توسط انتشارات پورنگ در سال ۱۳۹۴ منتشر شده است.
یادداشت	بالای عنوان: آن چیزهایی که کارآفرینان موفق می دانند، اما به شما نخواهند گفت.
عنوان دیگر	۱۰۰ مورد از اعتقادات، خصوصیات، و عادات حیاتی کارآفرینان برگزیده.
عنوان دیگر	۱۰۰ باور، ویژگی و عادات مهم کارآفرینان نخبه، آنچه که کارآفرین موفق می داند اما به شما نمی گوید.
عنوان دیگر	آن چیزهایی که کارآفرینان موفق می دانند، اما به شما نخواهند گفت.
موضوع	کارآفرینی
شناسه افزوده	۱۳۵ - مترجم
شناسه افزوده	معیری فرد، هاجر - ۱۳۵۵ - مترجم
شناسه افزوده	درگی، پرویز - ۱۳۸۰ - مترجم
شناسه افزوده	آخوندی، احمد، ۱۳۴۱ - ویراستار
شناسه افزوده	جاویدمؤید، محسن، ۱۳۸۰ - ویراستار
رده بندی کنگره	الف ۳۳۵۹ ج ۲۳ (۱۳۹۴) HB۶۱۵
رده بندی دیویی	۳۳ / ۰۴
شماره کتابشناسی ملی	۴۱۰۶۴۸۰



تلفن: ۰۲۱)۶۶۴۳۱۶۳۷ و ۰۲۱)۶۶۴۳۴۰۵۵ / فاکس: ۰۲۱)۶۶۲۱۰۰۶۱

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR

WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۴ / تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۴۵ / ۱۳۴۴۵: تلفن: ۰۴ - ۰۲۱)۶۶۰۲۸۴۰۱ / فکس: ۰۲۱)۶۶۰۲۸۴۰۵

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۲ فروز دین، پلاک ۲۸۵،

مجموع کتاب فروز دین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۰۲۱)۶۶۴۰۸۲۵۱ و ۰۲۱)۶۶۴۰۸۲۷۱

قیمت: ۲۵/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۵	پیشگفتار مؤلف
۱۷	مقدمه

فصل اول: استراتژی

۲۲	۱- بزرگ فکر کنید
۲۹	۲- بازارهای جدید خلق کنید
۳۲	۳- روی کسب و کارتان کار کنید، نه روی کسب و کارتان
۳۴	۴- هر ریسکی بر مخاطره نیست
۳۶	۵- زمان را از دست ندهید
۳۹	۶- شرکتی بسازید که وابسته به سیستم باشد، نه وابسته به افراد
۴۲	۷- تقاضای کمک کنید
۴۵	۸- اول کار، سپس خانواده
۴۷	۹- مهمترین کار را اول انجام دهید
۵۰	۱۰- یک وکیل خوب استخدام کنید
۵۳	۱۱- طرح کسب و کار زیاد برآورد شده است
۵۵	۱۲- نیاز به نقد و مخالفت در شرکت شما
۵۷	۱۳- بدترین مشتریان خود را اخراج کنید
۶۰	۱۴- وقتی کاری انجام نمی دهید هم پول در آورید
۶۳	۱۵- برون سپاری منطقی است
۶۵	۱۶- از ایده‌ی کسب و کار بد سریعتر دوری کنید
۶۷	۱۷- یک اقتصاد بد، یک فرصت عالی است
۶۹	۱۸- تکنولوژی را خیلی زود بپذیرید
۷۲	۱۹- ندانستن می تواند برکت باشد

- ۷۴- تغییرات را به سرعت بپذیرید.....
- ۷۷- تکنولوژی یک فرصت است نه یک تهدید.....
- ۸۰- همیشه پیگیر باشید.....
- ۸۴- تمرکز لیزری داشته باشید.....
- ۸۶- غیرانتفاعی‌ها در حقیقت به معنای انتفاعی هستند.....
- ۹۱- برای الهام گرفتن به دنبال ماجراهای جدید باشید.....
- ۹۳- شکست شما را نمی‌کشد، قویتر می‌سازد.....
- ۹۵- با دلایل درست به دنبال شریک باشید.....
- ۹۸- در منابع با خود وارد شوید.....
- ۱۰۱- اجرای یک ایده است که منجر به موفقیت می‌شود، نه بی‌نظیر بودن آن.....
- ۱۰۵- دشمن پیدا کنید.....
- ۱۰۷- هیچ وقت رقابت را دست‌کم نگیرید.....
- ۱۰۹- چیزی که می‌خواهید را امتحان کنید.....
- ۱۱۱- رقیب نداشتن به این معنا است که احتمالاً ایده‌ی شما مزایای زیادی ندارد.....
- ۱۱۵- آتش را سریعاً خاموش کنید.....
- ۱۱۷- استراتژی خروجی داشته باشید.....

فصل دوم: تعادلات

- ۱۲۲- ضرورتاً مدرسه به معنی تحصیل نیست.....
- ۱۲۵- شما عجله‌ای برای گرفتن مدرک فوق‌لیسانس ندارید.....

فصل سوم: مردم

- ۱۳۰- وقت‌تان را با افراد باهوش‌تر از خود بگذرانید.....
- ۱۳۲- فضای دفتر در اولویت نیست، تیم خوب اولویت دارد.....
- ۱۳۴- آنچه شما می‌پوشید، ارزش شما را نشان نمی‌دهد.....
- ۱۳۷- همیشه نباید شما باهوش‌ترین فرد در اتاق باشید.....
- ۱۳۹- استعداد، ارشد بودن را مغلوب می‌سازد.....
- ۱۴۲- شما متفاوتید و این خوب است.....
- ۱۴۴- مردم فقط به خاطر پول کار نمی‌کنند.....
- ۱۴۶- شما یک همراه دارید.....
- ۱۴۹- اجازه ندهید کسی از انعطاف‌پذیری شما سوءاستفاده کند.....
- ۱۵۲- افراد را مدیریت نکنید، انتظارانشان را مدیریت کنید.....

- ۴۸- برای خود مربی مناسب انتخاب کنید ۱۵۴
 ۴۹- همسر یا دوست خود را عاقلانه انتخاب کنید ۱۵۶
 ۵۰- افرادی که بهره‌وری ندارند را اخراج کنید ۱۵۸

فصل چهارم: سرمایه‌گذاری

- ۵۱- برای به دست آوردن پول نیازی به پول نیست ۱۶۴
 ۵۲- هر فصل، مالیات را پرداخت کنید ۱۶۶
 ۵۳- چنانچه در دست دارید یعنی هیچی ۱۶۸
 ۵۴- جریان نقدینگی منفی جلوگیری کنید ۱۷۰
 ۵۵- پس از آنکه نیاز پیدا کنید، از بانک وام بگیرید ۱۷۲
 ۵۶- پیش پرداخت پادشاه است؛ دوره‌ی پرداخت استاندارد را نادیده بگیرید ۱۷۵
 ۵۷- استخدام یک حسابدار حرفه‌ای، صرف کردن درست پول است ۱۷۸
 ۵۸- بدهی را بخوبی مدیریت کنید ۱۸۱
 ۵۹- داشتن سرمایه‌گذار عاقل هم دارد ۱۸۳
 ۶۰- بر ایجاد درآمد تمرکز کنید ۱۸۷
 ۶۱- بزرگترین سرمایه در شرکتتان مرد شما هستید ۱۹۰
 ۶۲- برای کاهش خطر، از بانکهای مختلف استفاده کنید ۱۹۳
 ۶۳- امتیاز پدکس خود را بدانید ۱۹۶

فصل پنجم: بازاریابی و فروش

- ۶۴- شما چه بخواهید چه نخواهید، در حال فروش هستید ۲۰۰
 ۶۵- مشتری رئیس شما است ۲۰۲
 ۶۶- فروش مقدم بر کسب و کار است ۲۰۶
 ۶۷- همیشه شما بهترین فرد برای بستن قرارداد نیستید ۲۰۸
 ۶۸- شبکه‌سازی همه چیز درباره‌ی شما نیست ۲۱۱
 ۶۹- وقت خود را برای افرادی که نمی‌توانند بگویند بله، هدر ندهید ۲۱۳
 ۷۰- چیزی شبیه تماس سرد و خشک وجود ندارد ۲۱۵
 ۷۱- درباره‌ی کسب و کارتان به همه بگویید ۲۱۸
 ۷۲- سوالات درست بپرسید ۲۲۲
 ۷۳- برای کالاها یا خدماتتان بیشترین مبلغ را دریافت کنید ۲۲۴
 ۷۴- با مشتریان، رئیس و رفتار نکنید ۲۲۸
 ۷۵- شبکه‌ی خود را خلاقانه بسازید ۲۳۱

۷۶- کینه را نگه ندارید ۲۳۳

فصل ششم: رهبری

- ۷۷- به رغم آنچه حس می کنید عمل کنید ۲۳۸
- ۷۸- ترسهای خود را پشت سر بگذارید ۲۴۰
- ۷۹- سرکش باشید ۲۴۲
- ۸۰- راههای خود را به واقعیت تبدیل کنید ۲۴۴
- ۸۱- مذاکرات بزرگ انجام دهید ۲۴۶
- ۸۲- شما را خبر قابل باور دارید ۲۴۹
- ۸۳- آما، باشیا به همه چیز را از دست دهید ۲۵۲

فصل هفتم: انگیزه

- ۸۴- موفق بودن، مهمی نیست ۲۵۶
- ۸۵- صبح دوشنبه که می رسد، بیدار شده می شوید ۲۵۸
- ۸۶- وقتی جمعه می رسد، ناامید می شوید ۲۶۱
- ۸۷- ساعت ۹ صبح تا ۵ غروب از مردم تراست ۲۶۳
- ۸۸- پدر و مادران می خواهند شما شعبی واقعی در آمد داشته باشید ۲۶۵
- ۸۹- گاهی اوقات بیشتر از آنکه احترام ببینید، آرد به خاطر می شوید ۲۶۸
- ۹۰- کارآفرینی به این مفهوم که رئیس خود باشید، نیست ۲۷۰
- ۹۱- کارآفرینی در خون شماست ۲۷۲
- ۹۲- شما ارزش خود را می دانید ۲۷۵
- ۹۳- نمی توانید در یک شغل بمانید ۲۷۷
- ۹۴- شما گریه می کنید، وقتی امور بر وفق مرادتان نیست ۲۷۹
- ۹۵- برای کارآفرین بودن هیچ وقت خیلی دیر نیست ۲۸۱
- ۹۶- وقتی تصور شما به واقعیت تبدیل می شود، احساس خوشی بی نظیری دارید ۲۸۳
- ۹۷- پیروی از احساسات غلط است ۲۸۶
- ۹۸- شما انگیزه ی واقعی دارید ۲۸۸
- ۹۹- شما زندگی خود را دوست دارید ۲۹۱
- ۱۰۰- شما برای همیشه کارآفرین هستید ۲۹۴

پیشگفتار

ذهن کارآفرینان به واقع دایمی متفاوت از کوین جانسون در حوزه‌ی کارآفرینی است. کتابی با روش آموزش توصیفی است، بیشتر کتابهایی که در حوزه‌ی مدیریت و کارآفرینی می‌خوانم، با آموزش تجویزی نگاشته شده‌اند. به این معنا که یک استاد دانشگاه بر اساس مطالعات و آموزه‌هایش، توصیه‌ها و اصولی را برای اجرا ارائه می‌کند. اما آموزش توصیفی، وصف کردن موفقیتها و شکستها و در نتیجه‌ی ارائه‌ی توصیه‌هایی است که بر اساس تجربیات فرد نویسنده ارائه می‌شود.

برای مثال، هیچ‌گاه نمی‌توانم آموزه‌های کتاب "جک و جکی از درون دل" جک ولس را با بسیاری از کتابهای مدیریتی مقایسه کنم. تفاوت دیگر کتاب ذهن کارآفرینان، جسارت و ساختارشکنی قابل تحسین نویسنده است که به مواردی اشاره می‌کند که به این وضوح و روشنی در جاهای دیگر ندیده بودم، برای مثال، آنجا که برخلاف آموزه‌های اساتیدی چون کنت بلانچارد که تأکید بر تعادل در ترازوی زندگی دارد (تعادل بین خانواده و کار) ایشان با ارائه‌ی مثال زدن ماسک ابتدا به خویش و سپس به کودک همراه در هواپیمای دچار سانحه، اعلام می‌کند که برای کارآفرین می‌بایست کارش از خانواده‌اش مهمتر باشد. ویژگی بعدی کتاب، دسته‌بندی همراه با سادگی ۱۰۰ نکته در قالب هفت فصل

شامل استراتژی، تحصیل، منابع انسانی، سرمایه گذاری، بازاریابی و فروش، رهبری و انگیزه می باشد. به نحوی که ضمن یکپارچگی قابل تحسین، هر یک از این نکته ها نیز به صورت مجزا قابلیت مطالعه و درک مطلب دارند. در این پیشگفتار با الهام از آموزه های کتاب به چند نکته اشاره می کنم:

۱- کارآفرینی، مدیریت کردن مخاطرات است. ریسک پذیری آگاهانه جزو ویژگی های اساسی کارآفرینان است. کارآفرین می داند که با دشواریهای بسیار در صورت دائم دست و پنجه نرم می کند. و همواره نارضایتی مثبت دارد. پس کسی که اهل مبارزه نیستند، اهل خطر نیستند و دنبال آرامش مدام هستند بدانند که دنیای کارآفرینی مناسب آنها نیست، کارآفرینان فراتر از نقطه ای اساسی - و دگام برمی دارند، مایکل گربر می گوید: راحتی از همه ی ما آدمها ترسناک تر است.

کارآفرینان انتخاب کرده اند که زندگی ماجراجویانه و پرتنش داشته باشند.

۲- موفقترین مدیران ارشد اشخاص فروتن هستند، آنها می دانند که همه ی جوابها را نمی دانند و می دانند که نیاز به کمک دارند. آنها می دانند نیاز نیست باهوشترین باشند، اما نیاز است که باهوشها را جواب بکنند. جیمز ران، نویسنده و فیلسوف، می گوید: شما میانگینی از پنج نفر هستید که بیشتر وقت خود را با آنها می گذرانید.

کارآفرینان خود در خط مقدم فعالیت و اقدام هستند، لذا انگیزه بخشی شان به نیروها بالا است. اما یک ویژگی و مهارت قابل توجه شان این است که در تیم سازی قوی عمل می کنند. آنها می دانند که تیم مجموعه ای از انسانهاست که هدف مشترک و مهارت تکمیل کننده هم دارند. کارآفرینان استعدادیابهایی قوی هستند. کارآفرینان، افرادی باهوشتر از خودشان و با مهارتهایی که خودشان ندارند را با افتخار جذب می کنند و هیچ ابایی

ندارند که در زمینه‌هایی، ایشان را معلم خود بدانند.

۳- متأسفانه خیلی از مواقع با جوانانی مواجه می‌شوم که به علت سختی اطاعت از یک رئیس، و اینکه می‌خواهند آقا و نوکر خودشان باشند، به فکر کارآفرینی می‌افتند، اما نکته‌ی مهم این است که اگر شما کارآفرین هم باشید، به این معنا نیست که هرگز رئیس نخواهید داشت، واقعیت این است که شما در جایگاه کارآفرینی هم رئیس دارید و آن مشتریانان هستند. این عقیده که کارآفرینان مجبور نیستند به کسی جواب پس بدهند یک توهین و خیال باطل است.

هر کس که حق انتخاب دارد، رئیس است. و چون مشتریان از بین شما و شرکتهای همکاران حق انتخاب دارند پس آنها رئیس شما هستند. پس مواظب باشید که رئیس ناز شما را اخراج نکند.

۴- در سالهای گذشته سازمانهای زیادی را دیده‌ام که به وجود آمده‌اند، و پس از یک یا دو سال جمع شده‌اند. این مورد بخصوص از سوی دانش‌آموختگان MBA که می‌خواهند شرکت مشاوره‌ای در حوزه‌ی مدیریت و بازاریابی داشته باشند زیاد دیده می‌شود، اما چرا آنها دیگر نیستند؟ چون استقامت ندارند.

پیش از هر ویژگی دیگری، یک کارآفرین باید استقامت فراوانی از حد بشر عادی داشته باشند و این بسیار مهم است. استقامت حتی از تلاش بودن، قدرت رهبری و سرمایه داشتن هم مهمتر است. کارآفرینانی که در برابر سختیها بردبارند و می‌آموزند که برای عملکرد بالا باید رنجهای طولانی را برای کارشان تحمل کنند، احتمال موفقیت بالایی دارند. خیلی از افراد می‌گویند که دوام آوردن در یک کار و کسب شبیه به دویدن در یک ماراتون است. نویسنده‌ی کتاب اذعان می‌دارد که با انجام هر دوی آنها موافق است.

۵- یکی از نکات مهم در موفقیت کارآفرینان، روی آوردن به مهارتهای بین رشته ای، خصوصاً روانشناسی ارتباط با مشتری و موقعیت شناسی است. مواردی چون اصول، فنون و هنر مذاکره، مدیریت اطلاعات مشتریان و مدیریت سؤالات مشتریان، از جمله مباحث بین رشته ای فوق است. برای مثال، تحقیقات نشان داده طی خرید و فروشهای تجاری رایج، مشتریان تنها بیست و پنج درصد از آنچه را که در ذهن دارند، نشان می دهند. پس این مسئولیت به عهده ی شماست که با طرح سؤالات درست، بموقع و به صورت باز، مابقی را از ذهن خریدار بیرون بکشید. برای اطلاعات بیشتر در این حوزه تقاضا می کنم کتاب مهارتهای ارتباط با مشتریان شاکتی را بجانب مطالعه بفرمایید.

۶- کارآفرینان می دانند که بازار گردی و شنیدن صدای بازار یک اصل بسیار مهم است و دیگر نمی توانند رانچه که خود فکر می کنند را تولید کرده و به بازار عرضه کنند و از مشتریان بخواهند که بخرند، اما کارآفرینان می دانند که از سویی با این محدودیت مواجه هستند که چارچوب اندیشه ی مشتریان محدود است. در این باب این شما هستید که با جرقه هایی که از مشاهدات محیط در ذهنتان می زند، با نوآوری، به خلق محصولی می پردازید که مشتریان هیچ گاه به آن فکر نکرده بودند ولی حالا مشتاقش می شوند. مواردی چون واکنش، تلفن همراه، فیس بوک از جمله ی این نوآوریها هستند. هنری فورد می گوید: اگر از مردم پرسیده بودم که چه می خواهند آنها می گفتند: اسبهای سریعتر!

۷- در کتاب مدیریت فروش و فروش حضوری با نگرش بازار ایران تأکید کرده ام که مشتریان خود را به سه دسته بخش بندی کنید. یک دسته مشتریان که حدود بیست درصد هستند را عالی بنامید و از تمام تلاش و توجه تان برای خوشنودی آنها مایه بگذارید، چون آنها بیشترین سود شما

را رقم می زنند. هفتادوپنج درصد از مشتریان را خوب بنامید. آنها عالی نیستند، اما به سازمان شما سود می رسانند و این وظیفه‌ی شماست که برای عالی شدن آنها برنامه ریزی و اقدام کنید. اما حداکثر پنج درصد از مشتریان شما کسانی هستند که می بایست با ظرافت آنها را کنار بگذارید، اینان کسانی هستند که به شما ثابت می شود هزینه‌ی ایشان بیشتر از منفعتشان است. یادتان باشد که اصل اساسی در ایجاد یک سازمان سودآوری است، و این دسته‌ی سوم جز ضرر، ثمر دیگری ندارند. اینان مشتریان نامناسب هستند. انتخاب مشتریان نامناسب می تواند موجب از بین رفتن منابع، نالایی کارکنان، از بین رفتن اعتبار و در نهایت از دست دادن کاررکب شود. اینکه بعضی از مشتریان شما را می خواهند، به این معنا نیست که شما هم به آنها نیاز دارید، مشتری که با اولین پرداخت مشکل دارد، مشتری که دنبال خدمات مجانی گرفتن است، مشتری که برای امضای قرارداد مشخصه‌ی عطل می کند، اما انتظار دارد شما کار را شروع کنید، و ... جزو این دسته هستند. در مورد اینها دقت کنید. شخصاً این قبیل مشتریان را زیاد دیده‌ام. جالب این است که به محض جدی شدن پرداخت بسیاری از آنان دیگر با شما تماس نمی گیرند.

عزیزان من مشتری مداری و مشتری نوازی یک اصل انکارناپذیر بازاریابی است، اما یادمان باشد ما وقتی بنگاه اقتصادی دایر می کنیم، ما به آرام بقا، رشد و سود داشته باشیم، و اگر به بهانه‌ی مشتری نوازی، دیگران از ما خدمات گرفتن مجانی از سازمان شما را داشته باشند و در مقابل جدیت درخواست پرداخت، داد عدم رعایت حقوق مشتری را بزنند، شما هم محکم و با احترام بگویید اجازه بدهید تعهدات ما به یکدیگر در راستای منافع و سود طرفین باشد و در دام رودربایستی نیفتید.

از خانمها هاجر معیری فرد و الهام کیان مهر بابت ترجمه‌ی روان کتاب سپاسگزارم. قبلاً هم از این مترجمان، کتاب استراتژیهای بازاریابی مشتری مدار

را در انتشارات بازاریابی منتشر کرده بودیم.

از همکاران خوبم احمد آخوندی، مدیر بالیافت انتشارات بازاریابی، و محسن جاویدمؤید سردبیر کوشای مجله‌ی توسعه مهندسی بازار بابت ویراستاری کتاب و سایر مراحل نشر قدردانی می‌کنم.

تقاضا می‌کنم به بسته‌ی کتابهای حوزه‌ی کارآفرینی انتشارات بازاریابی که تا این نشر این کتاب عبارتند از: «اخلاقیت و کارآفرینی، دو بال پرواز ما» و «برندسازی، تا رسیدن به اوج» هم نگاهی بیندازید. هر یک گوهر ارزنده‌ای در بالندگی کارآفرینان است.

تقاضای می‌کنم توصیه‌ها و نظرات خود را برای در نظر گرفتن چاپهای بعدی کتاب از طریق زیر به ما برسانید:

■ سایت شخصی پرویز دربی: www.Dargi.ir

■ نشانی اینترنتی: Info@MPA.ir

■ سایت انتشارات بازاریابی: www.MarketingPublisher.ir

■ نشانی اینترنتی: Info@MarketingPublisher.ir

■ نشانی انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان آزادی (شرق به غرب)، بعد از خوش شمالی، کوچه نمایندگی، پلاک ۱۰

■ با شماره‌ی تلفکس: ۶۶۴۳۱۶۶۱ (۰۲۱)

■ با شماره‌ی تلفنهای: ۶۶۴۳۱۶۳۷ (۰۲۱) و ۳۴۰۵۵ (۰۲۱)

■ با شماره‌ی تلفن همراه شخصی ام: ۹۱۲-۱۹۹۴۲۸۱

نیک جوایای حقایق باشید
بس برارنده و لایق باشید
عالم عامل عاشق باشید

گر بخواهید در این یکدم عمر
و به چشم همه نیکان جهان
هدفی ناب بیایید و در راه وصال

سبز باشید

پرویز درگی

پیشگفتار مؤلف

رمز موفقیت در زندگی، برای یک فرد، آمادگی او در پذیرش فرصتی است که برایش پیش می‌آید.
بنجامین دیسرائیل، نخست وزیر انگلستان (۱۸۸۰-۱۸۷۴ و ۱۸۶۸)

زمانی که این کتاب به اتمام رسید، شرکت رسانه‌ای جانسون^۲ (شرکت کوچکی که من در سال ۲۰۰۰ به عنوان دانشجوی سال دوم، کارم را در آن شروع کردم) دو شرکت دیگر را در تلاش به منظور جذب پروژه‌های چند میلیون دلاری مغلوب ساخت. این پروژه که سه سال به طول انجامید، بزرگترین پروژه‌ای بود که شرکت من تا به حال در آن برنده شده است. شرکت رسانه‌ای جانسون در حال حاضر یکی از برجسته‌ترین شرکتها در صنعت بازاریابی است.

در اواخر جولای ۲۰۱۲، شماره تلفن نایب رئیس سازمان ملی، از طریق ایمیل دریافت کردم، که این شخص تحت تاثیر کار شرکت ما در حوزه خدمات مالی قرار گرفته بود. نایب رئیس از ما خواست تا طرح اولیه‌ای برای پروژه‌ی اصلی شرکت ارائه دهیم و من بدون هیچ تعللی پذیرفتم.

اگرچه آن زمان در تعطیلات بودم و به ملاقات خانواده‌ام در شیکاگو رفته بودم، اما سریعاً کار را شروع کرده، اعضای تیمم را فراخواندم و از آنها خواستم

همه‌ی تلاش‌شان را به کار بگیرند تا ما در این پروژه برنده شویم. همچنین به سرعت با دو مشاور قوی در این زمینه تماس گرفتم که شرکتشان تا به حال میلیون‌ها دلار بابت حمایت و راهنمایی در این پروژه‌ها به دست آورده بود. ما توانستیم یک هفته قبل از اتمام آخرین فرصت، برنده‌ی طرح اولیه شویم. ما این حس را به مشتری القا کردیم که در کارمان حرفه‌ای هستیم و پروژه‌های آنها را اولویت نخست ما است. در نهایت، ما این کار را به اتمام رساندیم و آنها با ما تسویه کردند.

در این دوره، ورد را به این دلیل آوردم که اثبات می‌کند اصولی را که در این کتاب مورد بحث قرار دادیم، مؤثرند. در کتاب ذهن کارآفرین، من این موارد را با جزئیات ذکر کرده‌ام و واکنش سریع کارآفرینان برتر، در اولویت قرار دادن کار آنها، مشورت با افراد باتجربه، استخدام بهترین تیم، ایجاد یک محیط اضطراری، استفاده‌ی خردمندانه از زمان و...

در این کتاب یکصد درس را به شما داده‌ام که به طور دقیق اصول پایه و مبنایی را تشکیل می‌دهند، که من برای ساخت یک شرکت مولتی میلیونر در سنین جوانی به کار بردم.

در واقع، این فقط کتاب دیگری در خطه‌ی ذهن کارآفرینی نیست که بر روی تئوریهای سطح بالا یا افکار عمومی تمرکز کند، بلکه یک رویکرد عملگرا است که این نتایج را در اختیار شما قرار خواهد داد. شما در داستان یک کتاب واقعی حاوی دستورالعملی دارید که به شما کمک می‌کند تا رزیدی کارآفرینی‌تان را به واقعیت تبدیل کنید، چه قادر به تعیین سرنوشت‌تان باشید، یا یک حساب چند میلیون دلاری برنده شوید. اگر شما از تجربیات من و درسهای عملی کارآفرینی چیزی بیاموزید، در مسیر موفقیت قرار خواهید گرفت، و اگر از صمیم قلب این اصول را قبول کنید و باور داشته باشید، موفقیت در انتظارتان خواهد بود.

مقدمه

برای آنکه کارآفرین باشید، باید متفاوت فکر کنید. درحالی که اکثر مردم به دنبال امنیت هستند، کارآفرینان درست به کارهای خطرآفرین می زنند. آنها به دنبال شغل نیستند بلکه، شغل را خلق می کنند. هدف آنها این نیست که از بیرون به سرپناه بپندیشند بلکه می خواهند خود صاحب آن سرپناه باشند. کارآفرینان بیرون بازار نیستند بلکه خود آنها، بازار را تعریف می کنند. من از این شیوه ی جسورانه ی تفکر به عنوان ذهن کارآفرین یاد می کنم.

چگونه یک فرد، ذهنی کارآفرین پرورش می دهد؟ بحث بر سر این سؤال هرگز به پایان نمی رسد. از اساتید گرفته تا خود کارآفرینان، در بحث گفت اند که آیا پرورش آگاهانه ی چنین ساختار فکری ای امکانپذیر است؟ من نمی دانم. اما معتقدند که افراد با ذهن کارآفرین متولد می شوند، یعنی از بدو تولد. اما راست است که کارآفرین شوند و این با ترکیب درستی از ویژگیها و شرایط همراه می شود تا این امر حاصل آید. گروهی دیگر معتقدند که کارآفرینان می توانند با ترکیب تعلیم، تحصیل و تجربه پرورش داده شوند.

این عقیده که کارآفرینی ذاتی است و نه اکتسابی، مضحک است. برخلاف تصور غلط بسیاری از اشخاص، کارآفرینی را می توان آموزش داد و یاد گرفت. این حقیقت که بیشتر از ششصد هزار دانشجوی در رشته های آموزشی کارآفرینی

دانشکده‌ها در سال ۲۰۱۱ ثبت نام کرده‌اند، گواه این است که باور به اکتسابی بودن کارآفرینی و جای داشتن آن در محیط آکادمیک رو به افزایش است. کار آفرینی هم مثل بسیاری از رشته‌های مهم دیگر نیاز به مطالعه‌ی زیاد و تجربه‌های عملی دارد.

اگرچه من از نشستن در کلاسهای رسمی کارآفرینی سود چندانی نبردم، اما از خواندن بعضی کتابها چیزهای زیادی آموختم و هنوز هم این کتابها را به عنوان مرجع در کتابخانه‌ام نگه داشته‌ام. وقتی تصمیم گرفتم وارد عرصه‌ی کسب کار شوم، سر زدن به کتابفروشیهای مختلف اولین گامی بود که برداشتم. کتاب راه اندازی و مدیریت مدرن (یک کتاب جیبی کامل برای ایجاد شرکتهای موفق با تکنولوژی جذب نوشته شده‌ی جان ال. نشیم) را با اشتیاق و هیجان فراوان خریدم. یکی از کتابهای مورد علاقه‌ی من کتاب زمان نت اسکپ^۱ بود: کتابی که درباره‌ی راه اندازی پروژه‌های دلیون دلاری که در مایکروسافت رخ داده بود، و جیم کلارک^۲ نوشته شده. کتابهایی شبیه به این، شالوده‌ی تحصیل من در زمینه‌ی کارآفرینی را بنا ساخت. بازن آنها شاید من با ناامیدی دست از تلاش برای غلبه یافتن بر مسائل برمیداشتم و انگیزه‌ی خود را برای ادامه‌ی مسیر از دست می‌دادم.

این کتاب تلاش دارد تا چشم اندازی جدید را در برابر من به دارایی دانش موجود بیفزاید که چگونه یک کارآفرین باشیم. همزمان با اینکه به عنوان یک کارآفرین جوان پرورش می‌یافتم و موقعیتهای مختلف را تجربه می‌کردم، دریافتم که کتابهای معدودی وجود دارند که آگاهیهای مختصر و مفید (که من در این اثر ذکر کردم) در مورد کارآفرینی ارائه دهند. با گفتن داستانهای شخصی خودم و ربط دادن آنها به داستانهای دیگر کارآفرینان موفق، شروع به نوشتن کتابی کردم که بر یکصد درس مرکزی متمرکز است و به کارآفرینان چیزهایی را می‌آموزد که شاید در هیچ کتاب و مجله و سایتی پیدا نشود. این درسها شامل موضوعاتی است از قبیل اینکه چگونه بزرگ بیندیشیم، تا اینکه چرا باید از

بانکهای متعدد استفاده کنیم، و اینکه چه کسی را باید به عنوان شریک انتخاب کنیم.

علاوه بر این، هدف من در نوشتن این کتاب، کمک به کارآفرینان جوان برای پیشگیری از خطاهایی است که من مرتکب شدم، اشتباهاتی که در روزهای آغازین کار می تواند نابودکننده باشد. تصمیم غلط مثل صرف پول زیاد، یا انتخاب شریک تجاری بد، می تواند منجر به این شود که کارآفرین به طور کل کارهایش را متوقف کند. پس از آنکه چند تصمیم اشتباه خیلی بزرگ داشتم، به این فکر می کردم که ای کاش کتابی وجود داشت تا به من درباره ی این مسائل هشدار دهد. حال این کتاب وجود دارد، و من می توانم به افرادی که شاید چنین آرزویی دارند کمک کنم.

این کتاب به ۷ بخش تقسیم شده: استراتژی، تحصیل، افراد، سرمایه گذاری، بازاریابی و فروش، رهبری، و نگین هر بخش شامل دانش پرارزش مرتبطی است که شما می توانید به ترتیب و جداگانه بخوانید. راحت باشید، می توانید از هر جا که دوست دارید کتاب را بخوانید، و یا از اول آن شروع کنید و تا آخر بخوانید. خواه اینکه شما به فکر شروع یک کسب و کار باشید، یا بخواهید اولین سال کاری تان را جشن بگیرید، و یا اینکه نزدیک به ده سال کاری تان باشید، هزاران نکته ی با ارزش با خواندن این کتاب نصیب از می شود. کتاب کمکتان خواهد کرد تا ذهنی کارآفرین پرورش دهید.