

«بسمه تعالی»

تمرین موفقیت در بازار کار

نویسنده:
برایان تریسی

مترجم:
هنگامه خدابنده



سرشناسه: تریسی، برایان، ۱۹۴۴ - م.
Tracy, Brian
عنوان و نام پدیدآور: تمرین موفقیت در بازار کار/ نویسنده برایان تریسی؛ مترجم هنگامه خداپنده.
مشخصات نشر: تهران: طاهریان، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری: ۳۲۰ ص.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۴۰۶-۹۳-۱
وضعیت فهرست نویسی: فیا
یادداشت: عنوان اصلی: The way wealth workbook : blueprints for success.
موضوع: کارآفرینی
موضوع: کارآفرینی - جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع: شرکت‌های اقتصادی جدید - مدیریت
موضوع: موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده: خداپنده، هنگامه، ۱۳۶۲ - مترجم
رده بندی کنگره: ۱۳۸۹ ک۲/ت۴/۶۱۵ HB
رده بندی دیویی: ۶۵/۴۲۱
شماره کارشناسی ملی: 2181632



«تمرین موفقیت در بازار کار»

- مترجم: هنگامه خداپنده
- ناشر: انتشارات طاهریان • نوبت چاپ: اول • سال چاپ: ۱۳۹۲ • تیراژ: ۱۱۰۰ جلد
- طرح جلد: آرزو خسروپور • قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان
- شابک: 978-964-8406-93-1

آدرس: میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، خیابان لبافی نژاد، پلاک ۲۶۶، طبقه چهارم، واحد ۱۱
تلفن: ۶۶۴۹۲۷۳۳ تلفکس: ۶۶۹۷۴۱۵۲

برای خرید هریک از مجموعه کتاب‌های به سوی موفقیت در حداقل زمان ممکن، لطفاً حتماً عدد ۱ را به شماره ۱۰۰۰۰۰۶۶۴۹۲۷۳۳ ارسال کنید تا ما جهت ثبت و ارسال سفارش با شما تماس بگیریم. هزینه ارسال کتاب با پست سفارشی در سراسر ایران رایگان می‌باشد.

فصل ۱

طرح اولیه تجارت

شروع کار با دیدگاه ذهنی صحیح

سرخط مطالب:

- پ پرسشنامه برنامه‌ریزی استراتژی‌های تجارت
- پ ارزشیابی تجارت - دلایل موفقیت‌ها و شکست‌ها
- پ ارزیابی مهارت‌های مدیریتی
- پ هفت حوزه بازده کلیدی در تجارت
- پ هفت مسئولیت رهبری
- پ چگونه استخدام کنیم - نکات
- پ استخدام بهترین افراد
- پ چگونگی گردآوری یک گروه عالی
- پ چگونه افراد اخراج کنیم
- پ تصمیم بگیرید که اخراج کنید
- پ هفت ویژگی رهبری
- پ هفت نکته کلیدی در مدیریت پروژه
- پ هفت سوال برای شروع یک سرمایه‌گذاری

پ پرسشنامه برنامه‌ریزی استراتژی‌های تجارت

آنچه بر فروش و سوددهی شما بیشتر از هر چیز تاثیر می‌گذارد، توانایی شما در تفکر، برنامه‌ریزی و اقدامات استراتژیک است. بسیار کم پیش می‌آید که تنها اعمال یک تغییر، تفاوت فاحشی در نتیجه کار بوجود آورد.

اگر پاسخ پرسش‌های زیر را نمی‌دانید و یا اگر پاسخ‌هایتان نادرست است، باید بدانید که در بازاریابی، فروش و یا اقدامات تجاری ممکن است مرتکب اشتباهاتی شوید که تجارت شما را نابود کند.

به پرسش‌های زیر با دقت پاسخ دهید. اگر جواب سوالی را نمی‌دانید یا حتی اگر مطمئن نیستید بهتر است هرچه زودتر پاسخ درست را بیابید.

1. کارتان چیست؟ تجارت خود را با شرح آنچه به منظور بهبود زندگی یا کار مشتریان خود انجام می‌دهید، توصیف کنید.

الف:

ب:

2. ماموریت شرکت شما چیست؟ این ماموریت را بر اساس آنچه می‌خواهید بدست آورید یا از آن پیش‌گیری کنید یا در اختیار مشتریان خود قرار دهید، توصیف کنید.

الف:

ب:

3. دوست‌دارید مشتریان‌تان در مورد شرکت‌تان چه بگویند، چه فکر کنند یا چگونه شما را برای دیگران توصیف کنند؟ دوست‌دارید آنها از چه کلماتی استفاده کنند؟

الف:

ب:

4. مشتریان خوبتان چه کسانی هستند؟ آن فرد را بر مبنای سن، درآمد، تحصیلات، شغل، موقعیت و تمام عوامل دیگری که برای حرفه‌تان مناسب است شرح دهید.

1. سن؟

2. درآمد؟

3. شغل؟

4. تحصیلات؟

6. نیاز یا مشکلات؟

7. سایر؟

5. مشتریان شما چه تعریفی از ارزش دارند؟ مشتریان‌تان در تجارت به دنبال چه هستند، به عبارت دیگر، از معامله با شما چه انتظاراتی دارند؟

1.

2.

6. قابلیت‌های اصلی شرکت‌تان کدام است؟ شرکت‌تان چه توانایی و قابلیت‌های خاصی دارد که شما را قادر به برآوردن نیازهای مشتریان می‌کند؟

1.

2.

3.

7. مهارت شرکتتان در انجام چه کارهایی است؟ در چه حوزه‌هایی الگویی خاص دارید؟ چه چیز باعث برتری شما نسبت به رقبایتان است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

8. رقبای شما چه کسانی هستند؟ چه کسانی دیگری محصولات یا خدمات مشابهی به مشتریانی ارائه می‌دهد که می‌توانند رقیب شما باشند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

9. مهم‌ترین و بزرگترین رقبای شما چه کسانی هستند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

10. رقبای درجه دوم شما چه کسانی هستند؟ چه کسانی نسبت به آنچه شما می‌فروشید امکانات بیشتری ارائه می‌دهند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

11. چرا مشتریان شما از رقبایتان خرید می‌کنند؟ آنها چه منافع از رقبایتان دریافت می‌کنند که شما به آنها نمی‌دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

12. کدام خدمات و کالاها، بالاترین سود را به شما برمی‌گردانند؟ بالاترین بازدهی را از کجا بدست می‌آورید؟ برای آنکه سرمایه یا تلاش‌هایتان بالاترین بازدهی را داشته باشد، چه کارهایی انجام می‌دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

13. شرکت شما باید چه محصولات، خدمات، بازارها، مشتریان یا فعالیت‌هایی را محدود، حذف کند یا کنار بگذارد تا به ارزش بالاتر و اقدامات پرسودتری برسد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

14. برای جذب مشتریان رقبای خود و اینکه آنها را مجاب کنید تا از شما خرید کنند چه کارهایی می‌توانید انجام دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

15. برای خلق راهکارهای بیشتر چگونه می‌توانید روش‌های بازاریابی را بهبود بخشید و مشتریان فعال بیشتری جذب کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

16. محدوده تخصص شرکت‌تان چیست؟ محصولات یا خدماتی که منحصراً به شما تعلق دارد کدام است و آنرا به چه کسانی ارائه می‌دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

17. چه چیز باعث برتری و تمایزتان می‌شود؟ در چه مواردی نسبت به رقبای خود برتری دارید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

18. برتری‌های رقابت برانگیزتان کدام است؟ کیفیت کدام محصولات، خدمات یا تجارت‌تان شما را 90% در حرفه‌تان پیش می‌برد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

19. چه نوع مشتریانی می‌توانند از منافع عالی خدمات و محصولاتتان، بیشترین سود را ببرند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

20. به منظور بالا بردن فروش و سوددهی تان انرژی خود را در کدام زمینه‌های تبلیغاتی، آگهی، و فروش متمرکز می‌کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

21. چگونه می‌توانید بیشترین چشم‌اندازهای خود را به خدمت به مشتریان بدل کنید؟ از کدام روش فروش استفاده می‌کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

22. از کدام دسته از مشتریان بدلیل آنکه دیگر صرف زمان یا انرژی فایده‌ای در جذب آنها ندارد، باید دوری کرده یا فاصله بگیرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

23. به واسطه کارهایی که بازده سرمایه و سوددهی بالاتری دارند و باید زمان و انرژی بیشتری به آنها اختصاص دهید، کدام امور را بایستی کنار گذاشته یا تاکید کمتری روی آنها داشته باشید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

24. جایگاه فعلی تان در بازار چیست؟ مردم در نبودتان، در مورد شما و تجارت تان چه فکر می کنند؟ برای توصیف شما از چه کلماتی استفاده می کنند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

25. در بازار امروز از چه نام تجاری استفاده می کنید؟ در بازار به چه نامی شما را می شناسند؟ اگر در بازار از یک نام تجاری برخوردار نیستید، دوست دارید مشتریان شما را با چه نامی بشناسند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

26. نام تجاری تان باید چه باشد؟ دوست دارید در ذهن مشتریان خود با چه کلماتی تداعی شوید؟ برای پیشرفت تان چه نوع نامی به شما کمک می‌کند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

27. چه چیزی در خدمات، محصولات یا تجارت تان باید تغییر یا بهبود یابد، تا در ذهن مشتریان تان تصویر مطلوب‌تری خلق کند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

28. در مقام یک سازمان، سه نمونه از نقاط ضعف خود را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

29. برای رسیدن به سطوح بالای فروش و سوددهی، بزرگترین موانع شما کدام است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

30. از خطراتی که امروزه تجارت شما را تهدید می‌کند، سه نمونه نام ببرید؟
 بدترین اتفاقاتی که ممکن است برایتان مشکلاتی به وجود بیاورد را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

31. با نگاهی به آینده، سه اتفاق بدی که ممکن است از الآن تا یکسال آینده
 تجارتتان را به خطر بیندازد را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

32. سه راهی که می‌تواند شما را هر چه سریعتر در برابر این مشکلات مصون
 کند، کدام است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

33. با توجه به تمایلات تجارستان، سه موقعیت برتر خود را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

34. سه گامی که با انجام آن باعث می‌شود تا بلافاصله از این موقعیت‌ها سود ببرید کدام است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

35. در حال حاضر کدام سه مهارت و قابلیت اصلی را باید در نظر بگیرید تا مطمئن باشید برای رویارویی با موقعیت‌های آینده آماده هستید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

36. فناوری چگونه در زندگیتان تاثیر می‌گذارد؟ اینترنت چه تغییراتی در مسیر تجارت‌تان ایجاد می‌کند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

37. اکنون چه کاری انجام می‌دهید که از تکرار آن باید اجتناب کنید- دانسته‌های امروز را جمع کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

38. ساماندهی مجدد: با توجه به افراد و هزینه‌ها، برای ارتقاء کارائی و بازدهی بیشتر باید چه تغییراتی را اعمال کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

39. بازسازی: چگونه می‌توانید زمان و انرژی خود را به بالای 20% فعالیت‌ها برسانید تا 80% از سودتان محاسبه شود؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

40. تولد دوباره: تصور کنید امروز تجارت‌تان با خاک یکسان شد. چه محصولات، خدمات و اقداماتی را بلافاصله از سر می‌گیرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

... و از آن چه محصولات، خدمات و اقداماتی استفاده نمی‌کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

41. بررسی مجدد: هر مرحله از اقدامات تجارستان را تجزیه تحلیل کنید. چه چیز را می‌توانید ساده‌تر کرده، از منابع بیشتری بهره بگیرید، عیب‌یابی کنید یا ادامه ندهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

42. با کاهش تعداد مراحل کارستان، برای ساده کردن هر کدام از مراحل تجاری چه کاری باید انجام دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

43. برای تسریع روند تولید محصولات و خدمات‌تان، چه اقداماتی را باید حذف کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

44. چه اقداماتی را باید به دیگران یا دیگر شرکت‌ها بسپارید تا برای فروش و ارائه بیشتر محصولات و خدمات، زمان بیشتری برای خودآزاد کرده باشید؟

۲۰ تمرین موفقیت در بازار کار

..... 1.

..... 2.

..... 3.

45. بدون آنکه با خسارت فروش یا کاهش درآمد مواجه شوید، چه اقداماتی را می‌توانید ادامه ندهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

46. با آگاهی‌هایی که تا به امروز کسب کرده‌اید، به نظر شما آیا در زندگی تجارستان فردی وجود دارد -یک مشتری، کارمند، شریک- که با او کار نکرده‌اید، او را استخدام نکرده‌اید یا با او روبرو نشده‌اید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

47. اگر می‌توانستید کار یا تجارتان را از نو آغاز کنید، چه کار متفاوتی انجام می‌دادید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

48. چه توانایی‌ها، مهارت و استعدادهایی دارید که توانسته تا به امروز موفقیت شما را تضمین کند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

49. اگر می‌توانستید در هر کدام از حوزه‌های کاری بهترین باشید، کدام یک از محدوده‌های کاری بیشتر از همه می‌توانند شما را به اهدافتان برسانند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

50. به عنوان نتیجه پاسخ‌هایتان در خصوص پرسش‌های بالا، بی‌درنگ چه اقدامی انجام می‌دهید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

نکته‌ها

.....

.....

.....

.....

۵ ارزیابی تجاری-دلایل شکست‌ها و موفقیت‌ها

برای موفقیت و شکست در تجارت، دلایل خاصی وجود دارد. در تجارت، در خصوص این معیارها هر چه صراحت‌تان بیشتر باشد، می‌توانید اقدامات و تصمیم‌های بهتری اتخاذ کنید. با تحلیل و مقایسهٔ تجارت‌تان با دلایل این شکست‌ها و موفقیت‌ها، برای بهبود میزان فروش و سوددهی خود، به بینش کلیدی مورد نیاز، دست پیدا خواهید کرد.

شنیده‌اید که می‌گویند: «آنچه نمی‌دانید به شما آسیب نمی‌رساند». خوب، در تجارت خلاف این جمله صدق می‌کند، یعنی: «آنچه نمی‌دانید باعث شکست شما است».

برای آنکه بیشترین نتیجه را از این تحلیل‌ها گرفته باشیم مراحل زیر را دنبال کنید:

1. هر کدام از دلایل شکست یا موفقیت تجاری خود را دوباره مطالعه کرده و در هر یک از حوزه‌ها، از یک تا ده از بهترین تا بدترین رتبه به خودتان امتیاز دهید.
2. در انتها، پاسخ‌های خود را در جدولی گردآوری کرده تا بتوانید از تجارت امروز خود دیدگاهی بدست آورید.
3. نقاط قوت و ضعف خود را مشخص کنید.

۵ در دلایل موجود برای موفقیت تجاری، جمع امتیازهایتان باید بالای 7 باشد.

۵ در دلایل شکست تجاری، جمع امتیازهایتان باید کمتر از 3 باشد.

4. در انتها، تمرین را کامل کرده و به آن هفت سوال پاسخ دهید.

5. متعهد شوید که حداقل دست به یک اقدام فوری خواهید زد.

اگر این تمرین برایتان مثرتر بود ممکن است بخواهید در دانشگاه برایان تریسی - www.briantracy.com - در کلاس‌های «افزایش سوددهی!» یا «تجارت‌تان را شروع کنید!» نام نویسی کرده تا مهارت‌های لازم برای رسیدن به یک تجارت موفق را بیاموزید.

برای افزایش احتمال دستیابی به موفقیت و کاهش پتانسیل شکست‌هایتان، هر روز کاری انجام دهید. آنگاه به مسیر استقلال مالی رهنمون خواهید شد.

ده دلیل برای رسیدن به موفقیت تجاری

در مورد هر سوال، از 1-10 به خودتان امتیاز دهید.

1. محصول یا خدمات شما با نیازهای کنونی بازار کاملاً مطابقت دارد.
الف) شما محصولات و خدمات خود را فروخته، تحویل می‌دهید و پول دریافت می‌کنید.

ب) در زمینه فروش سود قابل ملاحظه‌ای دریافت می‌دارید.

ج) مشتریان‌تان خشنودند.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. شما پیش از آغاز به انجام عملیات یک برنامه تجاری کامل طرح کرده‌اید.
الف) شما پس از تحلیل تجارت و بازار کاریتان، برنامه‌ریزی کاملی برای فروش، بازاریابی و اقدامات تجاری انجام داده‌اید.
ب) شما همه جزئیات کارتان را برنامه‌ریزی کرده‌اید و هر روز طبق آن عمل می‌کنید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. شما پس از یک تجزیه تحلیل کامل از بازار، به این نتیجه رسیده‌اید که محصولات‌تان از خصوصیات مورد توجهی برخوردار است.
الف) شما مزیت قابل رقابت خود در بازار را تعیین کرده‌اید و آماده‌اید تا از آن بهره‌برداری کنید.

ب) شما برنامه کاملی برای تبلیغات، بازاریابی و ارتقاء محصولات و خدمات خود دارید.

ج) شما برای فروش روشی بی نقص و برای دستیابی به اهداف فروش روندی برنامه‌ریزی شده، در اختیار دارید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. برای دفترداری، حسابداری و مدیریت مالی حساب شده، سیستمی طراحی کرده‌اید.

الف) برای هر کدام از فعالیت‌های تجارستان، بودجه کنار گذاشته‌اید.

ب) مرتب، نتایج پروژه‌هایتان را می‌سنجید.

ج) هر گاه نتایج پروژه‌ها مختلف بود، به سرعت تغییر مسیر می‌دهید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. افراد کلیدی‌تان معیار بالایی از صلاحیت، قابلیت و درستی به شما انتقال می‌دهند.

الف) شما شغل بدون مشکلی داشته و برای هر یک از اقدامات توضیح مشخصی دارید.

ب) شما با دقت افراد با صلاحیت را انتخاب کرده و مشاغل پر اهمیت را به آنها واگذار کرده‌اید.

ج) اگر مجبور باشید دوباره از اول کارتان را شروع کنید، در تجارت‌تان کسی وجود ندارد که او را دوباره استخدام نکنید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. شما به درستی سازماندهی شده‌اید، زمان را تنظیم می‌کنید و برای هر کدام از کارهای کلیدی‌تان عملکردهایتان را می‌سنجید.

الف) شما همواره روی امور مهم تمرکز می‌کنید.

ب) هر فرد به آنچه از وی انتظار می‌رود، نحوه سنجش عملکرد و کسب پاداش آگاهی کامل دارد.

ج) شما بطور مرتب موارد کلیدی نتایج و استانداردهای عملکرد هر یک از افراد را بازبینی می‌کنید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. در میل رسیدن به موفقیت و سوددهی، شما صریح، مصمم و مصر هستید.
 الف) شما در تمام زمینه‌ها، برای خود و تجارت‌تان اهداف شفاف‌ی دارید.
 ب) شما بیشتر بر راهکارها تمرکز دارید تا مشکلات.
 ج) برای شما «شکست یک گزینه نیست!».

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. شما با همه افراد کلیدی تجارت‌تان ارتباطی موثر و کارآمد دارید.
 الف) همه اهداف تجاری‌تان را می‌دانند و به این نکته که هر یک چه نقشی در دستیابی به آنها دارند واقف هستند.
 ب) شما بطور مرتب با کارمندان خود جلسات تبادل اطلاعات می‌گذارید و هیچ رازی بین شما وجود ندارد.
 ج) شما بطور مرتب بانگذار و شرکای خود را در جریان پیشرفت کاریتان می‌گذارید.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9. جریان بسیاری قوی‌ای در فروش و تاکید مکرری در بازاریابی وجود دارد.
 الف) شما از یک برنامه بازاریابی مکتوب پیروی می‌کنید که اینکار جریان ثابتی از رهبری شایسته ایجاد می‌کند.
 ب) شما اهداف فروش مشخصی دارید که قصد دارید با تلاش هرروز، هفتگی و ماهیانه به آن برسید.
 ج) شما یک روند فروش موفق دارید که بیشتر اوقات برای مشتریان‌تان توقعاتی به همراه می‌آورد.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. همه افراد موجود در شرکت‌تان همواره در پی جلب رضایت، حفظ و جذب مشتری هستند. جذب مشتری بیشترین دغدغه افراد است.

الف) هدف یک تجارت، خلق و حفظ مشتریان است در نتیجه تمام سود شما بر همین اساس خواهد بود.

ب) در دراز مدت، رضایت مشتریان تنها معیار موفقیت تجاری شما به شمار می آید.

ج) اگر در این محدوده موفق باشید، مشتریان شما آنقدر راضی خواهند بود که شما را به دوستانشان معرفی می کنند.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

نتیجه

هر چه بیشتر این ده تمرین کسب موفقیت تجاری را تکرار کنید، میزان فروش و سوددهی تان بیشتر خواهد شد.

دلایل کسب موفقیت تجاری

امتیاز	محدوده
	تناسب محصولات
	برنامه تجاری
	تحلیل بازار
	تکمیل مدیریت مالی
	افراد کلیدی
	سازمان
	تصمیم/عزم راسخ
	ارتباطات
	فروش و بازاریابی
	تمرکز بر اکتساب بازاریابی
	جمع کل امتیازات

امتیازها:

91-100= عالی

81-90= بسیار خوب

71-80= خوب

60-70= متوسط

کمتر از 60= ضعیف

حالا امتیازهای خود را تقسیم بر 10 کنید. میانگین امتیازهایتان باید 7 یا بالاتر باشد. یک ضعف کلیدی کفایت تا شما را از مسیر تجارت خارج کند. به عنوان نتیجه تحلیل‌هایی که در بالا داشتید چه اقدامی را باید بلافاصله انجام دهید؟

15 دلیل برای شکست تجاری

برای یک شکست تجاری دلایل متداول بسیاری وجود دارد. هر تاجری در یکی دو مورد نقطه ضعف دارد. در مورد هر کدام از موارد به خودتان امتیاز 1 تا 10 بدهید. این دلیل تا چه اندازه برایتان مشکل بوجود می‌آورد؟ از کارمندان و (اگر ازدواج کرده‌اید) همسر خود بخواهید که به شرکت‌تان امتیاز دهند.

1. نبود رهبری مناسب: شما هیچ هدف، برنامه یا نکات قابل توجهی برای این مورد در اختیار ندارید. در نتیجه هریک از افراد تجارت‌تان به فشار روزانه عکس‌العمل نشان داده و بیشتر از مدیریت بر عملکرد تمرکز می‌کنند.

الف) درست است که یک تجارت برنامه مکتوبی ندارد با این وجود پیش از آنکه دست به شروع کاری بزنید در جزئیات دقت کنید. بدون یک برنامه مکتوب و شفاف به نجاری می‌مانید که قصد دارد خانه‌ای را بدون طرح اولیه بسازد.

ب) یک تاجر در مورد ارزش، دیدگاه، مأموریت و هدف تجارت خود تصمیم نمی‌گیرد. در نتیجه یک تجارت از یک مشکل یا بحران به مشکل و بحرانی دیگر سوق پیدا می‌کند. درست مانند آدم مستی که در مسیر خود از یک تیرچراغ به دیگری تلو تلو می‌خورد.

ج) یک تاجر برنامه و هدف مکتوب و مشخصی ندارد تا او را در محدوده‌های مختلف تجارت، خانواده، پول و سلامت رهنمون باشد. بدون اهداف و برنامه‌های از پیش تعیین شده، شما به فردی می‌مانید که در سرزمینی ناشناخته بدون وجود تابلوهای راهنما و یا حتی نقشه جاده‌ها سفر می‌کنید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. **عدم شکیبایی:** یک کارفرما در مورد مدت زمان رسیدن به اهداف تجاریش نامعقولانه عمل می‌کند.

الف) همه چیز حداقل سه برابر زمانی که محاسبه کرده‌اید، زمان می‌برد.

ب) همه چیز حداقل دوبرابر مقداری که در نظر گرفته‌اید، هزینه دارد.

ج) هیچ چیز همان بار اول یا حتی چندبار اول درست عمل نخواهد کرد.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. **طمع:** یک کارفرما چنین تصور می‌کند که خواهد توانست در کمترین زمان و به راحتی پول زیادی به دست آورد.

الف) بسیاری از تجارت‌ها به این دلیل با شکست مواجه می‌شوند که تاجر به دنبال راهی می‌گردد که یک شبه ره صد ساله رود.

ب) «تنها نکته بی دغدغه در مورد پول، از دست دادن آن است.» - جان دی راکفلر

ج) یک ضرب‌المثل ژاپنی می‌گوید: «پول درآوردن مانند کندن گودال با یک میخ است و از دست دادن آن چون ریختن آب در ماسه!»

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. **اقدامات بدون فکر:** یکی از دلایل هر یک از شکست‌ها.

الف) اغلب کارفرماهای بی تجربه، زمان و سرمایه را بدون توجه به عواقب آن از دست می‌دهند.

ب) عجولانه عمل کردن، بدون صرف زمان برای در نظر گرفتن حقایق و تعمق در امور، می‌تواند در زمان و سرمایه شما تاثیر بسزایی داشته باشد.

ج) یک ضرب‌المثل ترکی می‌گوید: «مهم نیست چقدر در جاده اشتباه پیش‌رفته‌اید، کفایت برگردید.»

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. مدیریت ضعیف هزینه‌ها: بسیاری از کارفرماها، خصوصاً در ابتدای کار، سرمایه زیادی برای امور غیر ضروری اختصاص می‌دهند. الف) سعی کنید در هر شرایطی پول نقد همراه داشته باشید. ب) اگر امکان کرایه کردن وجود دارد، چرا خریداری کنید، اگر امکان قرض گرفتن وجود دارد چرا کرایه کنید و اگر شرکت دیگری می‌تواند کاری برایتان انجام دهد چرا در منزل خودتان کاری انجام دهید. ج) در تمام شرایط صرفه‌جویی، صرفه‌جویی، صرفه‌جویی کنید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. عدم کیفیت محصولات و خدمات: آنچه ارائه می‌دهید چندان عالی نیست اما در مقایسه با آنچه شرکایان در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، کیفیت بهتری دارد. الف) برای آنکه در بازار رقابتی راهی پیدا کنید، باید بهتر، سریعتر و ارزان‌تر از دیگران عمل کنید. ب) شما به یک «موقعیت فروش منحصر بفرد» نیاز دارید، ارزشی که تنها می‌توانید در اختیار مشتریان خود قرار دهید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. سرمایه کاری ناکافی: یک تاجر زیاد از حد خوش‌بین و بی‌طاقت بود. الف) قبول کنید که شروع کار یک مقوله است و پول درآوردن از فروش، مقوله دیگری.

ب) شما پیش از شروع تجارتان حدود شش ماه باید از جیب بخورید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. بودجه ناکافی یا نادرست: بسیاری از صاحبان تجارت بسیار خوش خیالند. آنها نسبت به موقعیت مالی خود ناآگاهند. الف) شما باید به اندازه کفایت بودجه در اختیار داشته باشید که این شامل جزء به جزء هزینه ها بعلاوه 20% از هزینه های پرتی است که وجود آنها برای ادامه تجارت تان لازم است. ب) عجله نکنید، زمان کافی برای بدست آوردن تمامی مخارج و هزینه ها را در نظر بگیرید.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9. فقدان اسناد مالی: صاحبان تجارت یا نسبت به نگاهداری این اسناد آگاهی لازم نداشته یا آنقدر سرشان شلوغ است که وقتی برای اینکار ندارند. الف) شما باید مقدار دقیق پولی که در اختیار دارید، بدهکار یا بستانکارید و همینطور آخرین فرصت پرداخت رسید یا پرداختها را بدانید. ب) یک سیستم حسابداری یا دفترداری راه بیاندازید تا همیشه بدانید پول هایتان از کجا بدست می آیند و به کجا می روند.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. نبود سرعت لازم در بخش فروش: دلیل اول یک شکست تجاری فروش کم است.

الف) اُفت در فروش، نقدینگی را کاهش می دهد و اینکار می تواند به خاتمه یافتن تجارت تان منجر شود.

ب) کاری کنید تا تمام افراد موجود در شرکت تان فقط و فقط به فروش و مشتریان فکر کنند. برای یک یا دو نفر از افراد خوب گروه فروشتان، فروش را در رده اول اهمیت قرار دهید.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11. شکست در شناخت تمایلات بازار: امروزه چرخه تداوم محصولات و خدمات کمتر و کمتر می‌شود.

الف) دو یا سه سال به عقب برگردید. تمایل بازار به کدام سمت سوق دارد؟
ب) امروز چه محصولاتی ارائه می‌دهید که اگر قرار بر آن بود از اول شروع کنید، آنها را نادیده می‌گرفتید؟

ج) کدام یک از نیازها، تمایلات و خواسته‌های مشتریان در حال تغییر هستند؟

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12. فقدان مهارت یا تجربه تجاری/مدیریتی: در کل 90% شرکت‌ها با افرادی شروع به کار می‌کنند که هیچ تجربه تجاری ندارند و بنابراین طی دو سال با شکست مواجه می‌شوند.

الف) تمام جزئیات تجارت را بخوانید و آموزش ببینید؛ این شامل مشتریان، رقبای، فروش، هزینه‌ها، مسائل مالی و حسابداری نیز می‌شود.
ب) به سمینارهای مختلف بروید، به آنها گوش کنید و مطالب آنها را مطالعه کنید. سعی کنید تا در رشته خودتان مدام مطلب بیاموزید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

13. دودلی: موفقیت سریع در تجارت و بازار پر از رقابت نیازمند تصمیمات سریع هم هست.

الف) بعضی از مردم به دلیل ترس از شکست، در مقابله با سختی‌ها فلج می‌شوند.
ب) به دلیل ترس از واژدگی، بسیاری از مردم از مواجهه با دیگران دوری می‌کنند و اغلب شرکت‌ها به دلیل آنکه در مقام‌های کلیدی عوامل اجرایی خوبی ندارند، شکست می‌خورند.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

14. ارتباطات بد انسانی: ناتوانی برخورد مناسب با افراد داخل و خارج از محیط تجارستان نیز موجب شکست می‌شود.

الف) افراد منفی‌باف، عصبی و خشن اغلب با کارمندان، فروشندگان و حتی مشتریان بهانه‌جو، ناراضی و نامهربان برخورد می‌کنند.
 ب) یک ضرب‌المثل چینی می‌گوید: «آدم که لبخند نمی‌زند نباید هرگز مغازه باز کند.»

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

15. انتشار تلاش: به دلیل برنامه‌ریزی ضعیف، یک کارفرمای تجاری بطور مدام در حال واکنش نشان دادن است و در نتیجه غرق کارهای زیادی که باید انجام بدهد، می‌شود.

الف) یک کارفرما و هر فرد دیگری باید در هر یک از محدوده‌های کاری اولویت‌های مشخصی داشته باشد.

ب) این سوال را مدام بپرسید: «در حال حاضر بهترین استفاده‌ای که می‌توانم از زمانم ببرم، چیست؟»

ج) بپرسید: «من و تنها من چه کاری می‌توانم انجام دهم و آنرا بخوبی انجام دهم تا یک تفاوت واقعی بوجود بیاید؟»

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

نتیجه

عموماً راه‌حل مشکلات متداول تجارت، انجام کارهایی برخلاف آنچه انجام داده‌اید یا برعکس است. همین امروز تصمیم بگیرید تا حداقل در یک محدوده، کاری انجام دهید؛ ترجیحاً کاری که در افزایش سوددهی‌تان مثمر ثمر باشد.

دلایل شکست تجاری

امتیاز	محدوده
	1. فقدان مسیر درست
	2. کم طاقتی

	3. طمع
	4. انجام اقدامات بدون فکر
	5. مدیریت ضعیف هزینه‌ها
	6. کیفیت ضعیف خدمات یا محصولات
	7. کمبود سرمایه کافی
	8. فقدان اسناد مالی
	9. نبود سرعت لازم در بخش فروش
	10. شکست در شناخت تمایلات بازار
	11. تجارب مدیریتی
	12. فقدان مهارت یا تجربه/مدیریتی
	13. دودلی
	14. روابط بد انسانی
	15. انتشار تلاش
	جمع کل امتیازات

حالا می‌توانید جمع امتیازات خود را تقسیم بر 15 کنید. میانگین امتیازات بالای عدد 3 محدوده خطرناکی است که می‌تواند تجارت‌تان را با شکست مواجه کند. برای اینکه امتیاز خود را پائین بیاورید قصد دارید چه کاری انجام دهید؟ با هفت سوال پائین پاسخ‌های خود را کامل کنید.

تمرین‌های عملی

1. سه دلیل بیاورید که چرا تجارت شما درست انجام نمی‌شود.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

2. سه کار را نام ببرید که می‌توانید با استفاده سریع از آنها نتایج را بهبود بخشید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

3. سه محدوده را نام ببرید که می‌توانید از با استفاده از آنها هزینه‌ها یا مخارج را بدون آسیب به تجارت‌تان کاهش دهید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

4. سه نکته -در مورد محصولات، خدمات، فعالیت‌ها یا افراد- را نام ببرید که اگر مجبور باشید امروز کارت‌تان را دوباره آغاز کنید آنوقت آنها را معرفی یا استخدام نمی‌کنید، و از آنها استفاده نمی‌کنید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. سه دلیل بیاورید که چرا مشتریان شما باید بجای رقبای تان از شما خریداری کنند.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. سه نکته را فهرست بندی کنید تا با استفاده سریع از آن شما می توانید فروش و بازاریابی تان را بهبود بخشید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

7. سه مهارت کلیدی را فهرست بندی کنید که با بهبود آن می توانید موفقیت تجارت تان را دو صد چندان کنید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

به عنوان نتیجه پاسخ پرسش های بالا چه اقدامی را باید هر چه سریعتر انجام دهید؟

..... 1.

..... 2.

3.

نکته‌ها**۵ ارزیابی مهارت‌های مدیریتی**

چرا بعضی از مدیران کارآمدتر و تواناتر از دیگران هستند؟
 چرا بعضی مدیران گروه‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگتری تشکیل داده و نسبت به سایرین به نتایج برجسته‌تری دست پیدا می‌کنند؟
 تفاوت بارز میان مدیران و مجریان برتر و متوسط، همواره دانش و مهارت است. خوشبختانه تمامی مهارت‌های مدیریتی آموختنی هستند. هیچ انسانی با چنین دانشی متولد نمی‌شود. اکنون می‌دانیم که برای کسب بهترین نتایج کاریتان، به چه مهارت‌هایی نیاز دارید.

تنها به یک مهارت دیگر نیاز خواهید داشت تا در معنا کارآئی خود را بهبود بخشید. این ارزیابی مهارت‌های مدیریتی، قدرت و ضعف شما را نمایش می‌دهند و به شما نشان خواهند داد که برای بالابردن پتانسیل خود چه کار باید انجام دهید. در هر یک از مهارت‌های کلیدی مدیریتی زیر از 1 تا 10 به خودتان امتیاز دهید. با خودتان صادق باشید! تصور کنید که در حال تشریح امتیاز خود برای دیگران هستید. مهم‌ترین بخش این ارزیابی مهارت‌های مدیریتی این است که نقاط

قوت و ضعف و کارهایی که باید برای بالا بردن پتانسیل خود انجام دهید، را به شما نشان می‌دهد. عملکرد عالی مدیریتی تنها زمانی ممکن است که در امور زیر صلاحیت داشته باشید:

1. برنامه‌ریزی: شما در آماده‌سازی جزئیات برنامه‌ها در هریک از امور مسئولیتی، توانا و با صلاحیت هستید.

الف) شما افکار خود را روی کاغذ می‌آورید و آنقدر اهداف تجارستان را بازنویسی می‌کنید تا اینکه برنامه‌هایتان شفاف و قابل درک باشند.

ب) افراد دوربرتان کاملاً برنامه‌های شما را درک کرده و با نقش خود در اجرای آنها آشنا هستند.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. سازماندهی: شما در گردآوردن افراد، سرمایه، منابع و امکانات مورد نیاز در مسیر اجرای برنامه‌هایتان ماهر و کارآمد هستید.

الف) شما از پیش همه چیز را سروسامان می‌دهید.

ب) همه افراد دور و برتان می‌دانند شما سعی دارید چه کاری انجام بدهید و چگونه آنرا به انجام می‌رسانید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3. کارمندان/اعضای جدید: شما توانایی انتخاب افراد درست برای اجرای برنامه‌ها و انجام درست کارها را دارید.

الف) شما برای مصاحبه یک روند آزمایش و اثبات شده در اختیار دارید که با استفاده از آن می‌توانید افراد درست را انتخاب کنید.

ب) شما یک روند گزینشی ثابت شده در اختیار دارید که بیشتر اوقات به شما اطمینان می‌دهد که افراد درست را انتخاب کرده‌اید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. **انتخاب نماینده:** شما بسیار خوب می‌دانید که کارها را به بهترین نحو به بهترین فرد بسپارید.
 الف) شما کارهای مهم را به افرادی می‌دهید که صلاحیت خود را اثبات کرده باشند.
 ب) شما کارها را به نحوی تقسیم می‌کنید که دیگران بخوبی می‌دانند شما چه می‌خواهید، دقیقاً چه چیز را چه زمانی و چگونه در نظر دارید و چگونه باید به آن دسترسی پیدا کنند.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. **نظارت:** شما قابلیت آنرا دارید که از اتمام کار در زمان تعیین شد و دستیابی به استانداردهای لازم اطمینان حاصل کنید.
 الف) شما یک جدول اعلام گزارش ترتیب داده‌اید و آنچه انتظار دارید را پی‌گیری می‌کنید.
 ب) شما با مشخص کردن دامنه انتظارت و مدیریتی خود به کارمندان خود آزادی عمل فراوانی داده‌اید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. **اندازه‌گیری:** شما برای هر کدام از کارها و وظائف کلیدی معیارهای مشخصی تعیین کرده‌اید.
 الف) شما با معیار نتایج کلیدی که رئیس، مشتریان و مدیران از شما انتظار دارند آشنا هستید.
 ب) هرکس که به شما گزارش می‌دهد دقیقاً می‌داند از او چه انتظاری می‌رود، ترتیب اولویت چیست و اینکه یک عملکرد موفق چگونه درجه بندی و تشویق خواهد شد.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. اعلام گزارش: شما روش‌های مشخص شده‌ای برای اعلام نتایج مشکلات کلیدی به فردیکه مسئولتان می‌باشد، در نظر گرفته‌اید.
 الف) شما در مورد نتایج، گزارش‌های کافی، مناسب و به موقع در اختیار ریاستان و کسانیکه به آنها نیاز دارند، قرار می‌دهید.
 ب) شما مطمئن خواهید شد که گزارشات‌تان آماده اند و به طریقی ارائه می‌شوند که همگان آنرا درک کرده و بپذیرند.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. خلاقیت: شما بطور مداوم پی‌گیر روش‌ها و تکنیک‌های جدید، سریع و بهتر برای هرچه کارآمدتر انجام دادن امور می‌باشید.
 الف) شما همواره به منظور کاهش هزینه‌ها، پیچیدگی و دیرکردها همه چیز را دوباره سازماندهی می‌کنید، می‌سازید و مهندسی می‌کنید.
 ب) شما بطور مداوم اولویت‌ها را تنظیم کرده و بگونه‌ای برنامه‌ریزی می‌کنید که افراد و منابع روی امور ارزشمندتر تمرکز کنند.
 9. ابتکار: شما برای بالابردن میزان فروش، کاهش هزینه‌ها و بهبود خلاقیت همواره در جستجوی راه‌های جدید هستید.
 الف) شما با فناوری جدید همگام بوده و به دنبال راه‌هایی هستید تا کارها را هرچه سریعتر، بهتر و ارزانتر انجام دهید.
 ب) شما از ایده‌هایی ارزشمند و خلاقانه در مورد شیوه‌ها و راهکارهای نو حمایت می‌کنید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. سوددهی: شما همواره در جستجوی راهی برای سوددهی بیشتر سازمان هستید.

الف) شما همیشه در پی راه‌هایی هستید تا از محصولات جدید و یا موجود، میزان فروش را افزایش داده، سرعت برگشت سرمایه را بالا برده و سود شبکه را بهبود بخشید.

ب) شما بطور مرتب برای کاهش مخارج و هزینه‌ها به دنبال راه‌های جدید هستید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ارزیابی مهارت‌های مدیریتی

محدوده	امتیاز
1. برنامه‌ریزی	
2. سازماندهی	
3. کارمندان/اعضای جدید	
4. تقسیم کار	
5. نظارت	
6. معیاربندی	
7. اعلام گزارش	
8. خلاقیت	
9. ابتکار	
10. سوددهی	
جمع کل امتیازات	

همه اعداد را با هم جمع ببندید و امتیاز خود را ارزیابی کنید.

امتیاز: 91-100: عالی

81-90: بسیار خوب

71-80: خوب

60-70: متوسط

کمتر از 60: ضعیف

«یک فرد هرگز یک مدیر متولد نمی‌شود بلکه اینگونه شکل می‌گیرد. ممکن است بطور طبیعی یک مدیر متولد شود اما تعداد بسیار اندکی هستند که در طرح‌های بزرگ تفاوتی قائل نمی‌شوند.»

«پیتر دراگر»

حقیقت این است اگر در نظر دارید بهترین باشید و به پتانسیل‌های خود برای کارآئی مدیریتی برسید، بایستی در طیف وسیعی از مهارت‌های مدیریتی زبردست باشید.

نکته کلیدی: ضعف در یکی از حوزه‌های حائز اهمیت کفایت تا شما را به عقب زده و در دیگر حوزه‌ها کارآئی‌تان را زیر سوال ببرد. تمامی مهارت‌های مدیریتی اکتسابی‌اند. شما می‌توانید هر مهارتی را که برای یک مدیر عالی لازم است بیاموزید و از این طریق به نتایج خوبی برسید.

p هفت حوزه بازده کلیدی در تجارت

برای آنکه تجارت‌تان پیشرفت کرده و نجات پیدا کند، به نتایج مطلق، مثبت و کاملی برسید، هفت حوزه در عملکرد تجارت وجود دارد. ضعف در هر یک از این حوزه‌ها می‌تواند به عملکرد بد و یا حتی شکست منتهی شود.

در هر یک از این حوزه‌ها به خود امتیاز 1 تا 10 بدهید. سپس به سه گام برای بهبود امور بیاورید.

1. **خلاقیت:** تجارت‌تان بخوبی پیش می‌رود و شما در هر کدام از اقدامات تجاریتان بازگشت وقت و سرمایه فوق‌العاده‌ای دارید.

رتبه:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

سه گام نام ببرید که ضمن کاهش هزینه‌ها و مخارج، برای بالا بردن بازده و حاصل کار می‌توانید بلافاصله آنها را پیش بگیرید؟

1.

2.

3.

2. رضایت مشتریان: مشتریان شما از محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید، همچنین رفتاری که با آنها دارید آنقدر خوشنودند که مرتب از شما خرید کرده و به دوستان‌شان هم اطلاع می‌دهند.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

سه گام نام ببرید که برای بالا بردن رضایت مشتریان می‌توانید بلافاصله در پیش بگیرید؟

1.

2.

3.

3. مدیریت سوددهی و هزینه‌ها: شما همواره در پی راهی برای بالا بردن سود و کاهش هزینه‌ها در هر یک از حوزه‌های تجاربتان می‌باشید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

سه اقدامی را که می‌توانید برای بالا بردن سوددهی، بلافاصله در پیش بگیرید، را نام ببرید؟

1.

..... 2.

..... 3.

4. کیفیت: محصولات و خدمات شما نسبت به محصولات رقبایان از کیفیت بسیار بالاتری برخوردار بوده و شما در مسیر صعودی بهبود پیش می‌روید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

سه کاری را که در امور اساسی روزانه به منظور حصول اطمینان از سطوح بالا و پایدار کیفیتی قادر به انجام آن هستید، را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. ساختار انسانی: شما می‌دانید افرادی که در اختیار دارید کلید رسیدن به موفقیت هستند. بطور مدام در پی راه‌هایی هستید که این افراد را شناخته و ضمن آموزش برای رسیدن به سطوح بالاتر آنها را مورد تشویق قرار دهید.

رتبه: 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	----

سه کاری را که برای هرچه بهتر کردن محیط کاریتان در برنامه روزانه می‌توانید انجام دهید، نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. توسعه سازمانی: شما به منظور استفاده بهینه از افراد و منابع خود مدام در پی راهی برای ساماندهی و سازماندهی مجدد تجارتتان هستید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

سه گام که برای حصول اطمینان از هر چه موثرتر و کارآمدتر شدن تجارتتان می‌توانید به سرعت آنها را انجام دهید، را نام ببرید؟

1.

2.

3.

7. نوآوری: شما همواره به دنبال راه‌های ارزان‌تر، آسانتر، سریعتر و بهتری برای خدمت‌رسانی به مشتریان خود بوده و به طور مدام خدمات و محصولاتتان را ارتقاء می‌دهید.

رتبه: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

سه اقدامی را نام ببرید که می‌توانید هر چه سریعتر در مسیر ارتقاء و آشنائی محصولات و خدمات جدید تجارتتان به کار گیرید؟

1.

2.

3.

نکته‌ها

.....

.....

پ هفت مسئولیت رهبری

هفت کار است که شما به عنوان یک کارفرما و مجری تجاری، می‌توانید برای تعیین موفقیت و شکست‌تان انجام دهید. ارتقاء در هر یک از این حوزه‌ها می‌تواند به خلاقیت، اجرا و سوددهی بهتر رهنمون شود.

1. **تنظیم و دستیابی اهداف:** سه مورد از مهمترین اهداف تجاریتان که شما مسئول آن هستید را نام ببرید؟

1.

2.

3.

2. **نوآوری و بازاریابی:** سه اقدامی که می‌توانید بلافاصله انجام دهید تا بازاریابی محصولات و خدمات‌تان هر چه موثرتر باشد، را نام ببرید؟

1.

2.

3.

3. **حل مشکلات و اتخاذ تصمیمات:** امروزه سه مورد از بزرگترین مشکلاتی را که در تجارت با آن روبرو هستید را نام برده و بگوئید برای حل آنها دست به چه اقداماتی خواهید زد؟

1.

2.

3.

4. برای بکارگرفتن افراد و منابع خود اولویت تعیین کنید. در تجارتان برترین اولویت‌هایتان کدام است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. تمرکز و توجه: سه حوزه بسیار پر اهمیت از تجارتان را نام ببرید که تمرکز بالای یک نفر در بازدهی و سود بالاترین نتیجه را در بر دارد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. اجرا و نتیجه گیری: سه نتیجه‌ای را که از شما انتظار می‌رود را نام ببرید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

7. مثال زدن و تعیین استاندارد: روزانه با تاکید بر چه معیارهای کیفیتی و الگویی می‌توانید در شرکتتان روحیه تعهد بوجود بیاورید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

نکته‌ها

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b چگونه استخدام کنیم-نکات

تجارت شما تنها تا درجه‌ای می‌تواند پیشرفت کند و با سعادت روبرو باشد که بهترین افراد را یافته و استخدام کنید. استخدام مهارت خاصی است که تنها با تمرین زیاد می‌توانید در آن استاد شوید. در پائین نکات کلیدی ذکر شده است که در موقعیت‌های مختلف استخدام می‌توانید آنها را به خاطر بسپارید.

1. گزینش 95% از موفقیت را شامل می‌شود. برترین شرکت‌ها بهترین افراد را در اختیار دارند. بدون استخدام افراد مناسب، ساخت یک شرکت موفق تقریباً غیرممکن است.

2. هرگز به واسطه‌رهایی از یک مشکل دست به استخدام نزنید. زمان کافی صرف کنید و تنها زمانی یک نفر را استخدام کنید که متقاعد شده‌اید آن فرد انتخاب درستی است.

3. استخدام غلط، گران تمام می‌شود. استخدام یک فرد و سپس اخراج او سه تا شش برابر حقوق سالیانه آن فرد هزینه بر می‌دارد.

4. به آن کار بیاندیشید. پیش از آغاز روند استخدام هر چه صراحت‌تان بیشتر باشد، تصمیم بهتری می‌توانید اتخاذ کنید.

الف) نتایج مورد انتظار: دقیقاً از آن فرد انتظار دارید چه کار کند؟

1.
2.
3.

ب) مهارت‌های مورد نیاز: آن فرد برای دستیابی به نتایج مورد انتظار باید از چه مهارت‌هایی برخوردار باشد.

1.
2.
3.

ج) صفات شخصیتی مورد نیاز: برای این کار و برای شرکت‌تان چه جور شخصیتی ایده‌آل است؟

1.
2.
3.

5. برای این شغل توضیحی بنویسید. برای یک کار تمامی مهارت‌ها، قابلیت‌ها و مشخصه‌های شخصیتی یک کاندیدای عالی را با کلیه جزئیات موجود فهرست بندی کنید.

1.
2.

..... 3.

6. از یک مجموعه وسیع استفاده کنید. تا آنجا که ممکن است با کاندیداهای بیشتری تماس بگیرید. به افراد داخل و خارج از شرکت‌تان اعلام کنید که برای کاری به دنبال یک نوع آدم خاص می‌گردید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

الف) تاریخچه موفقیت‌ها: کاندیداها چه کاری انجام می‌دهند؟ تنها کسی می‌تواند کاری را در آینده به درستی انجام دهد که یکبار مشکلات آنرا از سر گذرانده باشد.

ب) حس ضرورت: فردی را انتخاب کنید که دوست داشته باشد کارش را هر چه زودتر آغاز کند.

ج) پرسش‌های زیرکانه: هر چه تعداد پرسش‌هایی که یک کاندیدا پاسخ می‌دهد بیشتر باشد، احتمالاً انتخاب بهتری نیز خواهد بود.

د) قانون سه گانه: حداقل از سه کاندیدا مصاحبه کنید.

با فردی که انتخاب کرده‌اید حداقل سه بار مصاحبه کنید.

بگذارید حداقل سه نفر، کسی که انتخاب کرده‌اید را ببینند.

حداقل سه رزومه کاری را بررسی کنید.

8. رزومه‌ها و توصیه‌نامه‌ها را شخصاً بررسی کنید. تلفن کرده و پرسید: «این شخص رو باز هم استخدام می‌کنید؟». پاسخ‌هایی که می‌شنوید مطالب زیادی برایتان روشن خواهند کرد.

9. با صبر و حوصله استخدام کرده و با عجله اخراج کنید. اگر چنین تصور می‌کنید که در استخدام خود دچار اشتباه شده‌اید، بپذیرید و به سرعت آن شخص را اخراج کنید.

10. برای افراد جدیدی که استخدام کرده‌اید سریع کار بتراشید-سرشان را شلوغ کنید. به کارمندان جدید از همان روز اول کار زیادی بدهید. این تجربه زود هنگام برای استخدام باقی افراد کار را آسانتر می‌کند.

پ استخدام بهترین افراد

کارهایی که تنها شما قادر به انجام آن هستید را مشخص کنید و برای امور دیگر افرادی استخدام کنید.

1. سه مورد از مهمترین کارهایی را که در سر کار انجام می‌دهید را نام ببرید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

2. سه کاری که از انجام آن بیشترین لذت را می‌برید نام ببرید.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

3. کدام سه کاری که انجام می‌دهید در نتایج تجاربتان نقش بیشتری دارد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

4. ترجیح می‌دهید چه کارهایی را به دیگران بسپارید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. از تمام کارهای کم‌اهمیتی که به عهده شماست، انجام چه کارهایی توسط دیگران وقتتان را بیشتر آزاد می‌کند؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. اگر هیچ محدودیتی نداشتید، چه کارهایی را با دیگران تقسیم می‌کردید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

7. در 30 تا 60 روز آینده چه کارهایی را خودتان انجام می‌دهید و چه کارهایی را به دیگران محول می‌کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

به عنوان نتیجه این تمرین، بلافاصله چه کسی را استخدام می‌کنید؟

.....

نکته‌ها

.....

.....

.....

.....

.....

.....

۲ چگونگی گردآوری یک گروه عالی

برای گروه‌های کاری با عملکرد بالا، حقیقتاً خصوصیات و صفات خاصی وجود دارد که در تحقیقات جهانی شناسائی شده است. هر چه در تجارت‌تان تعداد بیشتری از این قواعد در دست داشته باشد، خلاقیت و سوددهی‌تان بیشتر خواهد شد.

۱. **تبادل اهداف و مقاصد:** در یک گروه با عملکرد بالا، هر یک از افراد کاملاً با آنچه از آنها انتظار می‌رود آشنائی دارند. اهداف گروه توسط همه افراد مورد بحث قرار گرفته و همگان در این بحث سهیم هستند. هر یک از اعضای گروه برای دستیابی هر چه بهتر به اهداف مورد نظر، داده‌های خود را در اختیار دیگران قرار می‌دهند. اعضای گروه حس می‌کنند قطره‌ای از دریا هستند.

سقراط می‌گوید: «تنها با صحبت در مورد مسائل است که می‌توانیم در موردشان چیزی بیاموزیم.» بین مقدار مباحث در مورد اهداف گروه که فرد در

آن دخالت دارد و مقدار تعهدات آن فرد برای دستیابی به آن اهداف، رابطه مستقیمی وجود دارد.

اگر به افراد بگوئید که اهداف گروه چیست و آنها را سرکار بفرستید، آنگاه سطح تعهدات پائینی خواهند داشت. هنگامیکه آنها با تجربه مواجهه با مشکلات و شکست‌ها روبرو می‌شوند، آنگاه به راحتی تسلیم می‌شوند و یا منتظر شما می‌مانند تا بیایید و به آنها بگوئید چه کار کنند.

اما هنگامیکه اهداف و مقاصد را برای گروه مطرح می‌کنید و انتظار ارائه داده‌ها و پشتیبانی از آنها دارید، وقتی به سر کار خود بر می‌گردند مسئولیت آن اهداف یا مقاصد را به گردن می‌گیرند. آنها به نسبت موقعیتی که اصلاً مورد مشاوره قرار نگرفته‌اند، برای دستیابی به آن اهداف و مقاصد سطح عمیق‌تری از تعهدات را در خود احساس می‌کنند.

..... 1.

..... 2.

..... 3.

2. **تبادل قواعد و ارزش‌ها:** با داشتن یک گروه عالی، جلسات متداولی درباره ارزش‌ها، قواعد و رفتارهایی که تصمیمات گروه را رهبری می‌کنند، شکل خواهد گرفت. ارزش‌های دلگرم‌کننده‌ای که بر دیگر ارزش‌ها تقدم دارند نظیر: صداقت، آزادی، عدم تخلف مسئولیت در مورد اتمام قراردادهای و کیفیت کار، می‌باشد. هر یک از اعضای گروه در مورد آنچه انجام می‌دهند بحث می‌کنند و توافق دارند. مهم‌ترین ارزش‌ها و قواعدی که بر چگونگی همکاری شما و اعضای گروه‌تان نظارت دارد، کدام است؟

..... 1.

..... 2.

3.

3. قسمت‌های مشترک اقدامات: در این مرحله از گردآوری گروه، دور میز می‌چرخید و از هر یک از اعضای گروه می‌خواهید تا در مورد آن بخش از کار که آنها کاملاً مسئولیت آنرا پذیرفته‌اند، توضیح دهند. در انتهای این جلسه همه می‌دانند که دیگری قصد دارد چه کاری انجام دهد. به عبارت دیگر هر یک از افراد خواهند دانست که چگونه عملکرد هر یک از آنها با کار دیگر افراد گروه در کنار هم قرار خواهد گرفت.

طی جلسه‌ای که در رابطه با مسئولیت‌های فردی برگزار می‌شود، هر فرد فرصت این را دارد تا از دیگری در مورد وظایفش، چگونگی سنجش آن، نتایجی که از آنها انتظار می‌رود، زمان اتمام آن و نتایجی که از آنها انتظار می‌رود سوالاتی بپرسد. مکالمات آزاد، صادقانه است. در انتها هر یک از اعضای گروه جایگاه خود را می‌داند. هر کدام از اعضای گروه می‌دانند نقش شان در هدف نهایی کجاست. فهرستی از تمام افرادی که با شما کار می‌کنند تهیه کرده و سپس مهم‌ترین کارهایی که آنها برای رسیدن به موفقیت در آن سهم هستند را نام ببرید.

مهم‌ترین مسئولیت‌ها

اسامی

1.
2.
3.
4.
5.

4. رهبری: در هر سازمانی همواره بایستی رئیس و یا رهبر مشخصی وجود داشته باشد. دموکراسی مفهوم جالبی است اما در تجارت چندان درست عمل

نمی‌کند. در تجارت یک نفر باید دستور بدهد و مسئول همه چیز باشد. در ضمن آن یک نفر ممکن است شما باشید. در یک گروه خوب، هر یک از اعضا بخوبی می‌داند چه کسی در راس است. یک رهبر نقش الگو را دارد. اگر او انتظار دارد که هر کس وظائف خود را بدرستی انجام داده و آنها را سر وقت به اتمام برساند، آنگاه یک رهبر همگان را به درستی رهبری کرده و او نیز وظائفش را بخوبی انجام می‌دهد و سر وقت به اتمام می‌رساند.

بعلاوه، رهبر یک گروه تجاری وظائف خاصی دارد. او باید به عنوان یک «مانع» عمل کرده و موانعی را که جلوی اعضای گروه را گرفته و نمی‌گذارد به کارشان برسد را از سر راهشان بردارد. کار یک رهبر این است که مطمئن شود هر یک از اعضای گروه زمان، منابع، تجهیزات و حمایت لازم را در اختیار دارد تا در یک وضعیت عالی وظائف خود را انجام دهند. یک رهبر نه تنها «مسئولیت را در دست خود دارد» بلکه نگرانی دیگرش این است که مطمئن شود شرایط بگونه‌ای برای همگان فراهم است که بتوانند وظائف خود را به نحو احسن انجام دهند. سه مسئولیت مهم رهبری را نام ببرید؟

1.

2.

3.

5. **بازبینی و ارزیابی مدام:** در این مرحله نهایی اعضای گروه پیوسته، از دو دیدگاه، پیشرفت کار خود را ارزیابی می‌کنند.

اول، اینکه آیا گروه به نتیجه‌ای که مشتریان یا بخش‌های دیگر شرکت از آنها انتظار دارد، رسیده است؟ در مواجهه با مشتریان، گروه طرحی اجرا می‌کند تا مدام از مشتریان این سوال را جویا شود: «کارمان چه طور است؟»

همواره، نبض تداوم بهترین تجارت‌ها در دست مشتریان بوده است. آنها همواره به طرق مختلف، مستقیم و غیر مستقیم، از مشتریان خود این سوال را می‌پرسند.

آنها از پاسخ‌های منفی و انتقادهای مختلف نمی‌ترسند. گروه‌های بسیار عالی می‌دانند که تنها در صورتی راه پیشرفت برایشان باز است که مشتریانشان صادقانه به آنها بگویند چه می‌خواهند و نقاط ضعفشان را یادآور شوند. در یک روند مداوم سه راهی که از طریق آن سطح رضایت مشتریان را اندازه‌گیری می‌کنید، کدام است؟

1.
2.
3.

مرحله دوم، ارزیابی پیشرفت رابطه مستقیمی با عملکرد اعضای گروه دارد. اینکه آیا اعضای گروه از روشی که در کنار یکدیگر همکاری می‌کنند، راضی هستند؟ آیا ممکن است که بعضی از اعضای گروه کار زیادی سرشان ریخته باشد در حالیکه باقی اعضا کار زیادی ندارند؟ آیا اعضای همگی در حال حرکت در مسیر ارزش‌هایی هستند که بر آن توافق کرده‌اند؟ آیا همه خشنودند؟ در تجارت‌های بسیار موفق، مخالفت‌ها به درستی و با آغوش باز پذیرفته می‌شوند. اگر کسی مشکلی داشته باشد، به راحتی می‌تواند آنرا برطرف کند. رهبر و گروه این مسئولیت را قبول می‌کنند تا مشکلات تک‌تک اعضا را مد نظر بگیرند. هر کدام از اعضا چنین احساس می‌کنند که در یک قایق پارو می‌زنند. سه روشی را که می‌توانید از خوشنود بودن تمام اعضای گروه و روشی که برای کارهایشان در نظر گرفته‌اند، اطمینان حاصل کنید را نام ببرید؟

1.
2.
3.

۲ چگونه افراد را اخراج کنیم

جنبه منفی استخدام، اخراج افراد است. بالغ بر دو سوم کارمندان پس از گذشت مدت زمانی دیگر خوب کار نمی‌کنند. وقتی مشخص شد که یک کارمند نمی‌تواند یا نخواهد توانست کار خود را انجام دهد، مسئولیت شما این است که در اسرع وقت او را اخراج کنید.

این کار اصلاً راحت نیست اما در ساخت شالوده یک تجارت و همچنین در مقام یک مدیر یا یک کارفرما الزامی است. توانایی شما در اخراج افراد وقتی به این نتیجه رسیدید که آن فرد یا نمی‌خواهد یا نمی‌تواند کارش را بدرستی انجام دهد، یکی از مهارت‌های کلیدی تجارت به شمار می‌آید. در زیر چند راهنمایی ذکر شده است:

1. فردی که استخدام می‌شود یک روز هم اخراج می‌شود و این مسئولیتی است که نمی‌شود به دیگری سپرد.
2. تصمیم بگیرید که چه کاری باید انجام شود، آنقدر در تصمیم‌گیری محکم باشید که انگار راه برگشتی نیست.
3. کاملاً آماده باشید. ایده آل این است که شما باید حداقل دو بار به فرد خاطی اخطار بدهید که کارش را بهبود بدهد.
4. همیشه شاهد داشته باشید. اگر می‌خواهید یک زن را اخراج کنید سعی کنید همیشه یک کارمند خانم به عنوان شاهد در کنارتان باشد. در مورد اخراج یک مرد هم یک شاهد مرد انتخاب کنید.
5. بهتر است عمل اخراج در اوایل هفته انجام بگیرد بنابراین آن فرد این امکان را خواهد داشت که دنبال کار دیگری بگردد مگر اینکه آخر ماه باشد.
6. از قبل یک بسته جدا آماده کنید و بدانید دقیقاً به کارمند قبلی چه می‌خواهید بدهید.
7. مراقب احترام افراد باشید و اشتباه‌ها و خطاهای افراد را مدام به آنها گوشزد نکنید. از بحث کردن در مورد گذشته اجتناب کنید، اینکار تنها منجر به ادامه بحث

و شاید حتی اقامه دعوی بر علیه شما شود. سعی کنید دهانتان را بسته نگاه داشته و روی اخراج آن فرد تمرکز کنید.

8. محکم باشید اما عادل و سعی کنید زیاد احساساتی نشوید. بیهوده عصبانی نشوید و به کسی تهمت نزنید.

9. با تکرار کلماتی که در زیر آمده است، از روش «گزارش معکوس» استفاده کنید:

«من در این مورد خیلی فکر کردم و تصمیم گرفتم که این شغل چندان برای شما مناسب نیست.»

«... و شما برای این کار مناسب نیستید.»

«... و فکر می‌کنم با انجام کار دیگری خوشحالت‌تر باشید.»

این کلمات را آنقدر تکرار کنید تا کارمندان قبول کنند که این تصمیم نهایی شماست، سپس آن پاکت را به او بدهید.

10. اگر هنگام اخراج کردن فرد مورد نظر ناراضی یا عصبی شد، بگذارید تا کارمند دیگری به دفتر کارمند اخراج شده برود و وسایل شخصی‌اش را جمع کند و دست از مقدمات بردارید. نگذارید کارمند اخراج شده سراغ کامپیوتر برود.

11. بلافاصله قفل درها را عوض کرده تمام کارتهای اعتباری را لغو کنید و تمامی اقدامات محافظه‌کارانه را در نظر بگیرید.

12. سعی نکنید در مورد اخراج یکی از کارمندان با دیگران بحث کنید. این کار را از سر بگذرانید و به کار خود ادامه دهید.

p تصمیم بگیرید اخراج کنید

هنگامیکه روشن شد که یک نفر نمی‌تواند یا نمی‌خواهد کاری که از او انتظار دارید را بدرستی انجام دهد، توانائی شما برای اخراج به یکی از مهارت‌های تجاری بدل می‌شود.

وقتی تصمیم به اخراج کردن گرفتید، بهتر است به سوالات زیر پاسخ دهید:

1. با اطلاعاتی که امروز از کارمندان خود دارید، آیا کسی هست که بطور مستقیم یا غیر مستقیم، نخواهید دیگر با او سرو کار داشته باشید یا استخدام کنید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

2. این فرد را برای انجام چه کاری استخدام کرده‌اید؟ از او انتظار دارید چه کاری برایتان انجام دهد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

3. این فرد چه اشتباهی انجام داده است؟ چگونه در انجام کارهایش با شکست روبرو شد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

4. برای اینکه این فرد را در موقعیت خود نگاه دارید-از هر دو لحاظ احساسی و مالی-کارهای او برای شما و دیگران چه هزینه‌ای در بر داشته است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. اگر فرد مناسب را در این موقعیت داشتید، به چه نتایجی باید می‌رسیدید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. جنبه‌های منفی حضور یک فرد نامناسب و ناکارآمد در یک جایگاه کلیدی چیست؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

7. اگر از شر این کارمند خلاص شوید و فرد مناسب را استخدام کنید، این کار چگونه زندگی و کارتتان را بهبود می‌بخشد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

به عنوان نتیجه پاسخ‌هایتان به پرسش‌های بالا بلافاصله دست به چه اقدامی می‌زنید؟

.....

.....

پ هفت ویژگی رهبری

1- دیدگاه: رهبران دیدگاه روشنی از آینده تجارت پیش رو داشته و این دیدگاه را با تمام کسانی که با او کار می کنند سهیم می شوند. شما چه دیدگاهی از آینده شرکتتان دارید؟ اگر شرکتتان عالی باشد، چه تصویری از آن خواهید داشت؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

2. شهامت: رهبران شهامت پذیرفتن خطرات بدون تضمین کسب موفقیت خصوصاً در زمینه تحقق دیدگاه خود را دارند. در چه زمینه‌هایی بایستی خطر کنید تا به دیدگاهایتان جامعه عمل بپوشانید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

3. مسئولیت: رهبران برای همه چیز 100% مسئولیت می پذیرند و انتقاد، شماتت و بهانه جویی را قبول نمی کنند. سه مسئولیت مهم شما در شرکت کدام است؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

4. **درستی:** رهبران با خود و دیگران صادق هستند. آنها به گونه‌ای رفتار می‌کنند که دیگران به آنها اعتماد کنند. سه بخش از حوزه‌های مختلف کاریتان را نام ببرید که به صداقت و درستی عملکرد شما بستگی دارد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

5. **تعهدات:** رهبران به طور کامل به اهداف تجاریشان پایبند هستند. شما به کدام بخش و نتایج تجارت خود بایستی متعهد باشید؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

6. **تمرکز:** رهبران با تمرین مدام توانایی‌ها را گسترش می‌دهند تا در حوزه‌های مختلفی که همواره مهم‌ترین نتایج از آن به دست می‌آید، تمرکز کنند. تمرکز یک ذهن بر کدام سه محدوده کاری می‌تواند نتایج شگفت‌آوری برای شما به ارمغان بیاورد؟

..... 1.

..... 2.

..... 3.

7. مزیت: رهبران متعهد می‌شوند که با تمام توان کار کنند و محصولات و خدمات بسیار خوبی ارائه دهند. در کدام سه محدوده، عملکرد عالی در نیل به موفقیت تجاری، از اهمیت بیشتری برخوردار است؟

1.
2.
3.

نکته‌ها

.....

.....

.....

.....

.....

.....

p هفت نکته کلیدی در مدیریت پروژه

تجارت از مجموعه‌ای از پروژه‌ها ساخته شده است. یک پروژه را می‌توان یک شغل چند وظیفه‌ای تعریف کرد. مجموعه‌ای از وظائف در میان است که تکمیل هر یک برای تکمیل کل پروژه حیاتی است. توانایی شما در مدیریت پروژه‌ها، در معنای وسیع کلمه سطح موفقیت شما در تجارت و بطور کلی در زندگی را نشان می‌دهد.

خوشبختانه چندین گام ثابت کننده وجود دارد که شما می‌توانید به منظور افزایش کیفیت و کمیت بازده و عملکردتان از آنها استفاده کنید.

1. با تعریف روشنی از اتمام ایده‌آل پروژه شروع کنید. سعی دارید چه چیز را تکمیل کنید و اینکه یک کار کامل باید به چه صورت باشد؟

a. **کیفیتی** - نما، ظاهر و کیفیت آن پروژه

b. **کمیتی** - نتایج به دست آمده مورد دلخواه است

2. برای اتمام کار تاریخ نهایی دقیق تعیین کنید.

3. هر کدام از امور و وظائف پروژه را فهرست‌بندی کنید.

4. کارها را به ترتیب اهمیت سازماندهی کنید.

5. کارها را به ترتیب اولویت زمانی سازماندهی کنید.

c. به ترتیب - کارهایی که باید پیش از آغاز هر کار دیگری انجام شوند.

d. هم‌زمان - کارهایی که می‌توانند در یک زمان آغاز شوند و یا انجام گیرند.

6. موانع و یا مراحل محدودکننده‌ای را که تعیین کننده سرعت اتمام پروژه است، را مشخص کنید. تنگناهای موجود کدام است؟

7. برای هر کار مسئولیت خاصی مشخص کنید، طبق برنامه، زمان‌بندی‌ها و استانداردهای عملکردی کار را به پایان برسانید.

نکته‌ها

.....

.....

.....

.....

.....

.....

۲ هفت سوال برای شروع یک سرمایه‌گذاری

تجارت نیازمند سرمایه‌گذاری مدام است. توانایی شما برای تفکر درست و اخذ تصمیمات هوشمندانه با توجه به هر نوع سرمایه‌گذاری، می‌تواند تعیین‌کننده شکست یا موفقیت‌تان باشد. در پائین چند گام ضروری ذکر شده است:

1. **تعریف درست سرمایه‌گذاری چیست؟** سرمایه‌گذاری باید چه مقدار باشد و برای چه مقاصدی استفاده شود؟ تفکرات خود را روی کاغذ بیاورید.
2. **برگشت سرمایه‌تان چه مقدار است؟** به درصد بگویید، در نظر دارید چه مقدار از سرمایه برگشت داشته باشد؟ تا چه اندازه اطمینان دارید این مقدار درست است؟
3. **این برگشت سرمایه یا سود چگونه بوجود می‌آید؟** مراحل دقیقی که در خلق مقدار نتیجه پیشنهادی سودمند باید دنبال شوند، کدام است؟
4. **بدترین بازدهی ممکن چیست؟** ممکن است چه اشتباهی صورت گیرد؟
5. **آیا مقدار سرمایه جایگزینی وجود دارد؟** آیا سرمایه‌گذاری بهتری وجود دارد که بازده بیشتر و مطمئن‌تری داشته باشد؟
6. **این سرمایه‌گذاری چگونه بررسی و اندازه‌گیری می‌شود؟** برای پی‌گیری مقدار وجه سرمایه‌گذاری شده و بازده آن کدام سیستم حسابداری مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
7. **آیا این سرمایه‌گذاری احساس خوشایندی به شما می‌دهد؟** آیا به افرادی که دخالت دارند و نیز به منطبق این سرمایه‌گذاری کاملاً اطمینان دارید؟ به شعور خود شک نکنید.

نکته‌ها

.....

.....

.....

«یادداشت»