

پیروزی

استفاده از اصول نظامی
برای موفقیت در زندگی و کار

نوشته: برایان تریسی

ترجمه: آزاده مبشر – زینب قاسمی

ویرایش: اشرف رحمانی

انتشارات راشین دارنده مجوز از برایان تریسی
برای انتشار کتاب‌های او به فارسی است.

پیروزی: استفاده از اصول نظامی برای موفقیت در زندگی و کار
ترجمه: آزاده مبشر، زینب قاسمی
Ghasemi_mobasher@yahoo.co.in
ویرایش: اشرف رحمانی

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات راشین محفوظ است.



ناشر: انتشارات راشین

تهران: خ انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ شهدای ژاندارمری، پلاک ۲۲۴

email: rashinpress@yahoo.com

تلفن: ۶۶۴۱۷۰۰۴

مرکز پخش: انتشارات رهنما

تهران: خ انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ شهدای ژاندارمری، پلاک ۲۲۰ ص پ ۱۳۱۴۵/۱۸۴۵

email: rahnamapress@yahoo.com

تلفن: ۶۶۴۰۰۹۲۷

http://www.rahnamapress.com

نمبر: ۶۶۴۶۸۱۹۴

این کتاب را تقدیم می‌کنم به
ادوین جی. فویلنر،
دوستی عزیز، مدیری ممتاز و مردی
که شاید بیش از هر انسان دیگری تاکنون
برای آزادی، موفقیت، و پیروزی جامعه ما
تلاش کرده است.

برایان تریسی



تقدیم به

پدر و مادر عزیز و مهربان‌مان

آزاده مبشر-زینب قاسمی

فهرست

۷	پیشگفتار.....
۹	مقدمه.....
۱۷	فصل اول.....
	اصل هدف
	روشن بودن هدف ضروری است
۴۷	فصل دوم.....
	اصل تهاجم
	با شجاعت تمام پیشروی کنید
۶۹	فصل سوم.....
	اصل تمرکز قوا
	نیروهایتان را متمرکز کنید
۸۹	فصل چهارم.....
	اصل مانور
	همیشه انعطاف پذیر باشید
۱۱۵	فصل پنجم.....
	اصل اطلاعات
	اطلاعات لازم را به دست آورید
۱۳۷	فصل ششم.....
	اصل مشارکت
	فعالیت‌هایتان را با دیگران هماهنگ کنید
۱۵۵	فصل هفتم.....
	اصل وحدت فرماندهی
	باید فقط یک نفر فرمان بدهد

۱۷۹	فصل هشتم
	اصل سادگی
	مسیر ساده‌تر را انتخاب کنید
۱۹۹	فصل نهم
	اصل امنیت
	تمام پایگاه‌هایتان را پوشش دهید
۲۲۹	فصل دهم
	اصل اقتصاد
	از منابع‌تان محافظت کنید
۲۵۵	فصل یازدهم
	اصل غافلگیری
	کار غیرمنتظره‌ای انجام دهید
۲۸۱	فصل دوازدهم
	اصل بهره‌برداری
	کار را نیمه تمام رها نکنید
۳۰۵	نتیجه‌گیری
	بازنگری اصول نظامی
۳۱۵	خلاصه
۳۱۷	در باره نویسنده

پیشگفتار

از ۱۵ سالگی مجذوب فرماندهانی بودم که می‌توانستند اغلب دور از وطن و به رغم مشکلات فراوان پیروزی‌های شگفت‌انگیزی به دست آورند. گفته می‌شود ناپلئون بناپارت نسخه‌ای از کتاب «هنر جنگ» اثر سانسورا را در نبردها همراه داشت و همین کتاب رمز موفقیت او در جنگ‌ها بود و او را به یکی از بزرگ‌ترین فرماندهان تاریخ تبدیل کرد.

پس از همکاری با صدها شرکت و هزاران مدیر و سرمایه‌گذار متوجه شدم که اکثر افراد موفق ویژگی‌هایی شبیه به رهبران بزرگ نظامی دارند؛ آنها نیز مانند فرماندهانی که ارتش را رهبری می‌کنند از اصولی مسلم و کارآمد استفاده می‌کنند و به همین دلیل موفق‌تر از کسانی هستند که از این اصول بی‌خبرند.

دستاورد افراد معیاری برای سنجش کارآمد بودن آنهاست. اما این به‌تنهایی کافی نیست، مدتی نیز که صرف کسب آن شده است مهم است. زمان ارزشمند است. زمان بسیار گرانبها، حیاتی، غیرقابل جایگزین و ضروری است. زمان جوهر زندگی است و باید به بهترین وجه و با دقت بسیار از آن استفاده کرد.

هدف این کتاب معرفی ایده‌ها و راهکارهای فراوانی است که بسیاری از افراد برجسته و موفق در زمینه‌های مختلف از آنها استفاده می‌کنند. به

این ترتیب، این کتاب ابزار خاصی را در اختیار شما قرار می‌دهد تا بتوانید در زندگی حرفه‌ای و شخصی‌تان موفق شوید. فردی که صاحب بزرگ‌ترین مجموعه ابزار فکری است می‌تواند مانند فرماندهی که صاحب بهترین سربازان، مهمات و ادوات جنگی است بارها و بارها بر دشمن پیروز شود.

هدف من از نوشتن این کتاب این است
که شما بتوانید با صرفه‌جویی در وقت
در مدت زمان کمتری
به مهم‌ترین اهداف‌تان برسید.

در صفحات بعد اصول نظامی و تعدادی از بهترین ابزار فکری که تاکنون کشف شده‌اند برای کسب موفقیت در اختیارتان قرار خواهد گرفت. پس از مطالعه این کتاب شما این اصول و ابزار را تا آخر عمر به همراه خواهید داشت و می‌توانید از آنها برای رسیدن به موفقیت و پیروزی در هر کاری استفاده کنید.

مقدمه

مرد جوانی از اهالی میدوست در پانسیون واقع در نیویورک زندگی می‌کرد. او که از خانواده‌ای معمولی بود و فقط در سطح متوسطه تحصیل کرده بود، به خود و توانایی‌هایش اعتماد کمی داشت و تصور نمی‌کرد بتواند در بلندمدت کار مهمی در زندگی انجام دهد. حدود سه سال هر روز صبح از خواب بلند می‌شد، سر کار می‌رفت، با دوستان اندکی که داشت هم‌صحبت می‌شد و از این شیوه زندگی راضی بود.

یک روز پیرمردی غریبه به پانسیون نقل مکان کرد. پیرمرد به سفرهای زیادی رفته بود و ادعا می‌کرد که نه تنها قادر به پیش‌بینی آینده است بلکه می‌تواند بگوید هر فرد در زندگی‌های قبلی‌اش چه کسی بوده است. مرد جوان و پیرمرد هر روز پس از انجام کار به دیدن یکدیگر می‌رفتند و با هم حرف می‌زدند. روزی پیرمرد به مرد جوان گفت که می‌خواهد رازی را درباره زندگی قبلی او برایش افشا کند. پیرمرد اطمینان داد که در این مورد مطمئن است و اشتباه نمی‌کند.

او گفت که مرد جوان در زندگی قبلی‌اش ناپلئون بناپارت، یکی از بزرگ‌ترین دولت‌مردان، ژنرال‌ها و فرماندهان تاریخ بوده است. ناپلئون بناپارت در خانواده فقیری در جزیره کورس متولد می‌شود، با سخت‌کوشی و پشتکار پیشرفت می‌کند و در ارتش فرانسه به درجه افسری می‌رسد. سرانجام به قصد امپراطوری فرانسه قیام می‌کند.

پیرمرد که به نظر می‌رسید از جزئیات زندگی مرد جوان یا همان ناپلئون بناپارت خبر دارد، در ادامه به او گفت که ناپلئون ارتش خود را در صدها نبرد در اروپا و مصر رهبری کرده و پیروزی‌های شگفت‌انگیزی به دست آورده است. او حکومت فرانسه را کاملاً تغییر داده و نامش در تاریخ به‌عنوان یکی از بزرگترین رهبران دوران ثبت شده است.

جوان ناباورانه به حرف‌های پیرمرد گوش می‌داد و نمی‌توانست آنها را بپذیرد. البته از تصور قدرتمند و مشهور بودن در زندگی قبلی خوشحال بود و حس کنجکاویش برانگیخته شده بود. با گذشت هفته‌ها پیرمرد جزئیات بیشتری را در مورد زندگی قبلی مرد جوان، شخصیت و خصوصیاتش در رهبری به او گفت. در نهایت، آگاهی زیاد پیرمرد به جزئیات و اعتقاد راسخش به اینکه مرد جوان در زندگی قبلی ناپلئون بناپارت بوده است او را متقاعد کرد که داستان حقیقت دارد.

از آن پس جوان برای یافتن نشانی از یک رهبر بزرگ در درون خود به جستجو پرداخت. مطالعات بیشتر او درباره زندگی، فتوحات، ویژگی‌های رهبری، ریاست و قدرت فرماندهی که ناپلئون در ارتش اعمال می‌کرد باعث شد بیشتر متوجه وجود ویژگی‌های مشابه در وجود خود شود. او زندگی ژنرال‌های دیگر را نیز بررسی کرد. تاریخ ارتش و کتاب‌هایی در مورد رهبری در کار، تجارت و جنگ مطالعه کرد. او مدام متوجه ویژگی‌هایی در وجود خود می‌شد که رهبران و فرماندهان در طول تاریخ از خود نشان داده بودند و هرچه بیشتر درباره این ویژگی‌ها می‌اندیشید در محل کار بیشتر مانند رهبران صحبت و رفتار می‌کرد، برای انجام مأموریت‌ها داوطلب می‌شد و مسئولیت‌های بیشتری را به‌عهده می‌گرفت. اوقات فراغتش را صرف مطالعه و افزایش مهارت‌هایش می‌کرد. در حل مشکلات، تصمیم‌گیری و انجام کارهای شرکت ابتکار عمل به خرج می‌داد و هیچ کاری را به تعویق نمی‌انداخت. به تدریج اطمینان و شجاعت

جایگزین ترس‌ها و تردیدهایش شد.

افراد مافوق او متوجه این تغییرات در وجودش شدند و با توجه به اینکه قابلیت‌های او هر روز بیشتر می‌شد به او مسئولیت‌های بیشتری می‌دادند. هر بار که کار بیشتری به او داده می‌شد از فرصت استقبال می‌کرد و با تمام وجود تلاش می‌کرد آن را به بهترین وجه انجام دهد. هر روز آگاه‌تر و باتجربه‌تر می‌شد. ظرف مدت کوتاهی حقوقش بیشتر شد و چند بار ترفیع گرفت.

شخصیت او در ۳۰ سالگی با زمانی که از میدوست آمده بود تفاوت داشت. او از یک جوان خجالتی به مدیری باشهامت و بااعتماد به نفس تبدیل شده بود و مدام پست‌های مهم‌تر و بالاتری را به‌دست می‌آورد. سرانجام در کارش به بالاترین درجه رسید و به شخصیت مهمی تبدیل شد.

پیشروی

مهم نیست که این داستان حقیقت دارد یا نه. نکته مهم این است: اگر مانند یک فرمانده فکر و عمل کنید، اگر خصوصیات و رفتار فرماندهان بزرگ را یاد بگیرید و از آنها در زندگی‌تان استفاده کنید، مطمئناً در هر کاری که انجام می‌دهید به مقام یک فرمانده و رییس ارتقاء پیدا خواهید کرد. با به عهده گرفتن مسئولیت کامل زندگی و آینده‌تان در شغل خود پیشرفت خواهید کرد.

بهترین الگوها در طول تاریخ ژنرال‌هایی هستند که در موقعیت‌های بحرانی پیروز شده‌اند. اغلب اوقات تصمیم یک افسر نظامی در لحظه‌ای بحرانی نتیجه یک نبرد و حتی سرنوشت یک امپراطوری را رقم زده است. در درگیری میان نیروهای نظامی، وقتی افراد تحت فشار قرار می‌گیرند و دچار نگرانی می‌شوند بهترین خصوصیات‌شان را بروز می‌دهند. زندگی مدرن نیز یک میدان نبرد است. در محیط آشفته کار و تجارت

شما مدام در حال مبارزه و رقابت با نیروهای ناشناخته هستید و با مشکلات و بحران‌های بی‌درپی و پایان‌ناپذیر روبه‌رو می‌شوید. سربازان در طول زندگی‌شان فقط در تعداد محدودی از جنگ‌ها و مبارزات شرکت می‌کنند اما نبردهای شما هرگز پایان ندارد. دنیای عجیب و پیچیده ما اکنون بیشتر از هر زمان دیگری به رهبران و فرماندهان احتیاج دارد. بهترین تصمیمی که می‌توانید بگیرید این است که کار، خانواده، جامعه و زندگی‌تان را رهبری کنید. وظیفه شما این است که مسئولیت زندگی‌تان را بپذیرید و آن را فرماندهی کنید.

موفقیت شما در زندگی تا حد زیادی بستگی به توانایی‌تان در به‌دست آوردن نتایج و پی‌گیری کارها دارد. هرچه نتایجی که کسب می‌کنید مهم‌تر باشد، پاداش و افتخاری که به دست می‌آورید بزرگ‌تر خواهد بود. کیفیت تفکر شما کیفیت زندگی‌تان را تعیین می‌کند. هرچه بهتر فکر کنید، نتایج بهتری دریافت می‌کنید. هرچه بیشتر فرماندهان بزرگ را سرمشق خودتان قرار دهید، بیشتر به آنها شباهت پیدا می‌کنید. هرچه بیشتر مانند فرماندهان فکر کنید، بیشتر مانند آنها کارهایتان را پیش می‌برید و نتیجه بهتری می‌گیرید.

فرماندهان نظامی در طول تاریخ

در طول تاریخ درباره رهبران بزرگ نظامی مطالعه شده و نبردهایشان مورد تحلیل قرار گرفته است. هزاران مورخ و محقق زندگی‌شان را صرف یافتن وجوه مشترک پیروزی یا شکست جنگ‌ها کرده‌اند. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که فرماندهان موفق بیشتر به دلیل شجاعت، سرعت، حمله‌های غافلگیرکننده و عزم راسخ برای پیروز شدن به موفقیت می‌رسند.

از زمان توسیدیداس و کتاب او تحت عنوان «تاریخ جنگ پلوپونزی» اصول اساسی نظامی شناخته شدند. از آن تاریخ تاکنون این اصول را به

افسران نیروهای مسلح در مدارس نظامی سراسر جهان آموزش می‌دهند. دوازده اصل اساسی نظامی وجود دارد که برای تضمین پیروزی و جلوگیری از شکست ضروری هستند. رعایت کردن یا نکردن هر یک از این اصول به تنهایی علت پیروزی‌ها و شکست‌هاست. هر یک از آنها می‌تواند همان‌طور که در جنگ‌ها قابل اجراست برای موفقیت در کار و زندگی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

این دوازده اصل از این قرارند:

۱- اصل هدف

۲- اصل تهاجم

۳- اصل تمرکز قوا

۴- اصل مانور

۵- اصل اطلاعات

۶- اصل مشارکت

۷- اصل وحدت فرماندهی

۸- اصل سادگی

۹- اصل امنیت

۱۰- اصل اقتصاد

۱۱- اصل غافلگیری

۱۲- اصل بهره‌برداری

در یک مبارزه تنگاتنگ نخطی از هر یک از این اصول ممکن است به شکست منجر شود.

شما به‌عنوان یک سرمایه‌گذار، مدیر، فروشنده، پدر یا مادر، کارمند، عضو یک انجمن و... در هر زمینه‌ای که تلاش می‌کنید باید این اصول را بیاموزید و در کارتان از آنها سود ببرید. این کتاب به شما نشان می‌دهد چطور می‌توانید از هر یک از این مفاهیم استراتژیک استفاده کنید تا

بتوانید سریع‌تر از آنچه که تصور می‌کردید به نتایج بهتری برسید. این اصول به شما راه رسیدن به پیروزی را نشان می‌دهند.

عوامل افزایش‌دهنده نیرو و انرژی

عواملی وجود دارد که می‌تواند تا حد زیادی مشکلات را حل کند و امکان پیروزی یا موفقیت را در هر موقعیت رقابتی افزایش دهد. هر یک از این عوامل موجب می‌شود که توان شما افزایش پیدا کند و در موقعیت‌های حساس پیروز شوید. شما می‌توانید با به‌کارگیری یک یا تعداد بیشتری از این عوامل امتیازی کسب کنید که شما را قادر به شکست دشمن و یا عملکرد بهتر در رقابت می‌کند. تعدادی از مهم‌ترین عوامل به قرار زیرند:

- دانش برتر
- مهارت بیشتر
- مثبت‌اندیشی
- اعتماد به نفس
- داشتن روحیه بالا
- خلاقیت و نوآوری
- توانایی تمرکز روی هدف‌های اصلی
- داشتن متحدین استراتژیک
- داشتن روابط عالی با افراد و سازمان‌های مهم
- داشتن روابط عالی با همه افراد عضو یک مجموعه
- مدیریت کردن همه مراحل کار به بهترین نحو

اینها همه عواملی هستند که شما می‌توانید در کار و زندگی‌تان استفاده و آنها را تقویت کنید. تاکنون از کدام یک از این عوامل در کار و زندگی بهره برده‌اید؟

در مورد آینده‌تان هیچ محدودیتی ندارید

هر یک از این اصول نظامی قابل یادگیری و هر یک از عواملی که باعث افزایش نیرو می‌شوند قابل بهبود و توسعه هستند. در نتیجه شما می‌توانید کارآیی خود و سازمان‌تان را مدام افزایش دهید.

شما نیز می‌توانید مانند افسران جوانی که در آکادمی‌های نظامی مختلف آموزش می‌بینند تا هماهنگ با این اصول و عوامل فکر و اقدام کنند آنها را یاد بگیرید و در شرایط سخت زندگی روزمره از آنها استفاده کنید.

ممکن است در زندگی حرفه‌ای و شخصی بهای گزافی را که در میدان جنگ، جایی که مسئله مرگ و زندگی مطرح است، نپردازید اما افرادی که دستاوردهای بزرگی دارند کسانی هستند که مسئولیت می‌پذیرند و موقعیتی را که در آن قرار دارند جدی می‌گیرند و هیچ چیز را به امید بخت و اقبال رها نمی‌کنند. آنها مدام در حال مطالعه هستند و خود را آماده می‌کنند تا بتوانند در نبردهای بحرانی و لحظات حساس کار و زندگی‌شان عملکردی منسجم داشته باشند.

هدف شما نباید فقط گذران زندگی باشد بلکه باید زندگی درخشانی خلق کنید و از توانایی‌های بالقوه‌تان در هر زمینه‌ای استفاده کنید تا بتوانید در طول دوران زندگی و کارتان به همان فردی تبدیل شوید که قابلیتش را دارید، همان‌طور که بر روی پوستر جذب نیروهای نظامی نوشته شده: «همان کسی بشوید که می‌توانید و شایسته آن هستید.»

و به گفته وینس لومباردی: «پیروز شدن مربوط به زمان خاصی نیست، بلکه کاری تمام وقت و برای تمام عمر است.»

بزرگ‌ترین اشتباهی که بسیاری از افراد مرتکب می‌شوند این است که این نکته مهم را درک نمی‌کنند: افرادی که تعهدی برای موفق شدن ندارند به تدریج می‌پذیرند که علت ناکامی‌شان کم‌هوشی است و در نهایت

شکست می‌خورند.

این کتاب برای افراد بلندپرواز، پرانرژی، مصمم و کسانی که به دنبال موفقیت هستند نوشته شده است. از مدیران، سرمایه‌گذاران، متخصصان و دیگر رهبران تجاری گرفته تا هر انسانی که رهبری زندگی خود را به دست گرفته و مصمم است که در کار و زندگی به موفقیت‌های بزرگی دست پیدا کند.

در صفحات بعد یاد می‌گیرید که چگونه از هر یک از این اصول مهم در تمام کارهایی که انجام می‌دهید استفاده کنید و به شیوه‌ای مدبرانه فکر و برنامه‌ریزی کنید، توانایی‌ها و منابع‌تان را روی هدف مورد نظر متمرکز کنید، از خودتان در برابر موانع محافظت کنید، با دیگران به شکل مؤثرتری همکاری کنید و توانایی‌هایتان را برای کسب موفقیت‌های شگفت‌انگیز افزایش دهید. در فصل‌های بعدی یاد می‌گیرید که چطور در هر کاری که انتخاب می‌کنید موفق باشید و در نبردهای مهم زندگی پیروز و سربلند شوید.

فصل اول

اصل هدف: روشن بودن هدف ضروری است.

«یک هدف بزرگ و سرنوشت‌ساز را با تمام قوا و عزم راسخ دنبال کنید.»

سرلشگر کارل فون کلازویتس

در هر نبرد و هر تلاش بزرگی باید اهداف شفاف و دقیق باشند. هر فردی که مسئول قسمتی از نتیجه کار است باید دقیقاً بداند که چه نتیجه‌ای باید به دست بیاید و چطور می‌شود رسیدن به آن نتیجه را ارزیابی کرد. هرچقدر میزان شفافیت در این مورد بیشتر باشد، امکان رسیدن به هدف بیشتر می‌شود.

نبرد آربیل

در اول اکتبر سال ۳۳۱ ق.م. جنگی میان سربازان کارآزموده اسکندر که به‌خوبی استراحت کرده بودند و سربازان خسته ارتش پادشاه ایران، داریوش سوم، سرنوشت یک امپراطوری را رقم زد. اسکندر به عمد باعث شد بعضی از نیروهای اعزامی ارتشش توسط نیروی دشمن دستگیر و بازجویی شوند. آنها به داریوش سوم گفتند که اسکندر در حال تدارک یک

حمله شبانه است. بنابراین داریوش در تمام طول شب ارتشش را آماده و در حال بیدارباش نگه داشت. اسکندر برای تقویت این باور نادرست تعداد کمی از نیروهایش را به سوی ارتش ایران فرستاد که از ابتدا تا انتهای شب به این سو و آن سوی میدان بتازند.

از طرفی در آن سوی دشتِ گوگَمِل، در نزدیک شهر آربیل در کنار دجله، ارتش مقدونی در کمال آرامش شب را استراحت کردند. خستگی ایرانیان تنها عاملی بود که اسکندر برای پیروزی روی آن حساب می‌کرد. ارتش ایران از نظر تعداد سربازان بر ارتش اسکندر برتری داشت. از میان حکایت‌های مختلفی که در باره این جنگ توسط مورخان یونان قدیم از جمله آربین و در کتاب «زندگی اسکندر کبیر» نوشته پلوتارک به دست آمده می‌دانیم که ارتش ایران ۲۰۰۰۰۰ سرباز داشته و ارتش اسکندر متشکل از ۵۰۰۰۰ نفر، پیاده‌نظام و سواره‌نظام، بوده است. فقط کافی بود ایرانی‌ها از هر دو طرف به ارتش اسکندر حمله کنند و آنها را به محاصره در آورند، ضمن اینکه اسکندر در دو جنگ قبلی آنها را شکست داده بود و سپاهیان ایران برای انتقام‌جویی بی‌قرار بودند.

وقتی خورشید از دشت گوگَمِل طلوع کرد، سواره‌نظام در دو طرف و پیاده‌نظام قوی، که شامل توده به هم فشرده سربازان و سپرداران بودند، با نظم خاصی در مرکز سپاه قرار گرفته بودند.

اسکندر مانند همیشه سوار بر اسب جنگی سیاهش «بیوسفلیس» شد، کلاهخود جواهرنشانش را بر سر گذاشت و شنل قرمزش را به دوش انداخت تا همه افراد ارتش خودش و ارتش دشمن بتوانند به وضوح او را ببینند.

داریوش جنگ را با فرستادن ۳۰۰ ارابه جنگی به سوی ارتش اسکندر آغاز کرد. تیغ‌های داس ماندی در اطراف چرخ این ارابه‌ها نصب بود. اسکندر این حمله اولیه را پیش‌بینی کرده بود و سریع به نیزه‌افکن‌ها

دستور پیشروی داد تا نیزه‌های مرگبار خود را پشت سرهم به سمت سربازان و سوارانی که به پیش می‌آمدند پرتاب کنند. ارابه‌ها، اسب‌ها و افراد با نیزه‌های تیز سربازان اسکندر از پا درآمدند و این نیروی عظیم جنگی داریوش از میان رفت.

همزمان با آن نیروی سواره‌نظام از دو جناح سپاه داریوش به سپاه مقدونی حمله کردند. جنگ سختی درگرفت اما بخش مرکزی سپاه مقدونی که محکم و منظم ایستاده بود به سمت راست که جناح چپ سپاه ایران قرار داشت پیشروی کرد. به محض اینکه سپاه داریوش به طرفین تغییر جهت داد تا دست به ضدحمله بزند، شکافی در مرکز ارتش ایران ایجاد شد. اسکندر با دیدن این فرصت فریاد حمله را سر داد و با گارد سواره‌نظام ماهری که همراهش بود به تعقیب داریوش پرداخت.

اسکندر حمله را رهبری می‌کرد. افراد او که بهترین سواره‌نظام دنیا بودند به دنبالش می‌رفتند. آنها از میان صف ایرانیان راه خود را به راحتی باز کردند و مستقیماً به سمت مرکز فرماندهی داریوش پیش رفتند.

هدف اسکندر از همان ابتدا روشن بود. او می‌دانست که سپاه ایران از طریق سربازگیری از سراسر امپراطوری تشکیل شده است. آنها به یکدیگر وفادار نبودند بلکه تنها به پادشاه، یعنی داریوش، وفادار بودند. اسکندر اطمینان داشت که اگر داریوش را بکشد و یا فراری بدهد، سربازان باقیمانده دیگر مقاومت نخواهند کرد.

فلسفه نظامی اسکندر این بود که فرمانده سپاه دشمن رکن اصلی است و اوست که ارتش دشمن را منسجم نگه داشته است. او هر نبرد را طوری طراحی می‌کرد که بتواند سواره‌نظام خبره‌اش را مانند نیزه‌ای در قلب ارتش دشمن فرو برد.

در هر حال وقتی فرمانده ارتش دشمن کشته و یا متواری می‌شد، بقیه افراد ارتش او اتحاد و یکپارچگی خود را از دست می‌دادند و پراکنده

می‌شدند و در نتیجه پیروزی به راحتی به دست می‌آمد. زمانی که اسکندر و سواره نظام خیره اش راه را برای رسیدن به داریوش باز می‌کردند، پادشاه ایران ترسید، به سرعت روی اسبی پرید و فرار کرد. ژنرال‌های تحت فرماندهی اش نیز به سرعت سوار بر اسب‌هایشان شدند و فرار کردند. خبر به سرعت در میان سپاه ایران پخش شد: «سپاه مقدونی در حال پیشروی است و داریوش فرار کرده است. ما حتماً شکست می‌خوریم، فرار کنید!»

ارتش بدون وجود رهبر به تدریج از هم گسیخت. درگیری سختی میان سواره نظام سپاه مقدونی و سپاه ایران در دو جناح و مرکز در گرفت که تا دو ساعت ادامه داشت. مقدونی‌ها که تحت فرماندهی اسکندر بودند سرانجام پیروز شدند و سپاه ایران متحمل شکست بسیار سختی شد. می‌گویند تا پایان آن روز ۹۰۰۰۰ نفر از نیروهای ایرانی کشته شدند اما شمار تلفات مقدونی‌ها تنها به ۵۰۰ نفر رسید. پیروزی در این جنگ اسکندر ۲۵ ساله را پادشاه ایران کرد، سرزمینی که در آن زمان بزرگ‌ترین امپراطوری جهان بود.

اسکندر احتمالاً بزرگ‌ترین فرمانده ارتش در طول تاریخ بوده است، رهبری که هرگز در هیچ نبردی شکست نخورد. یکی از دلایل موفقیت او دقت و شفافیت اهداف جنگی اش بود.

اصل هدف: تمام تلاش‌هایتان را

روی هدفی روشن، دست‌یافتنی

و با تعریفی مشخص متمرکز کنید.

هدف نهایی در هر جنگی به انجام رساندن سیاستی است که جنگ به خاطر آن آغاز می‌شود. کسب این هدف اغلب نیازمند شکست نیروهای

مسلح دشمن، انهدام ابزار و تضعیف اراده و مقاومت آنهاست. اصل هدف در هر سطح و مرحله‌ای کاربرد دارد. هدف‌های کوچک را می‌توانید در حین کار تغییر دهید اما برای هدف‌های بزرگ باید از قبل تصمیم قاطع بگیرید.

هدف‌تان را ساده و روشن کنید

جورج سی. مارشال در جنگ جهانی دوم ژنرال آیزنهاور را به عنوان فرمانده نیروهای متفقین به لندن اعزام کرد. دستورها و هدف‌های او واضح و روشن بود: «به سوی لندن پیشروی کنید، به اروپا حمله کنید، آلمانی‌ها را شکست بدهید.»

زمانی که ژنرال نورمن شوارتس‌گف در سال ۱۹۹۱ به عنوان فرمانده جنگ خلیج فارس اعزام شد، دستور او نیز روشن بود: «ارتش عراق را از کویت بیرون کنید.»

نیروی هوایی که ارتش آمریکا را در خلیج فارس پوشش می‌داد در برخورد با ارتش عراق تنها یک هدف داشت: «اگر نیروی هوایی عراق از خود حرکتی نشان دهد باید از بین برود.»

در جنگ نیز مانند تمام عرصه‌های زندگی هدف باید پنج ویژگی داشته باشد:

۱- شفاف باشد: هدف باید برای تمام کسانی که در رسیدن به آن نقش دارند روشن و شفاف باشد. زمانی که مقصود رسیدن به هدف مشخصی است، هر فردی که در رسیدن به آن مسئولیتی دارد، باید بداند هدف چیست و از چه راهی می‌توان به آن رسید.

۲- دست‌یافتنی باشد: هدف باید واقع‌بینانه و در محدوده کنترل فرد یا افرادی که می‌خواهند به آن برسند باشد. هدف نباید به نیروهای فرابشری نیاز داشته باشد و باید با استفاده از منابع موجود دست‌یافتنی باشد.

۳- سرنوشت‌ساز و تعیین‌کننده باشد: هدف باید مهم باشد و نقش ارزشمندی در به‌دست آوردن هدف‌های والاتر ایفا کند. ضمناً زندگی افرادی که در موفقیت کلی هدف و عملیات نقش ندارند نباید به خطر بیفتد.

۴- دقیق و قابل اندازه‌گیری باشد: هدف باید سنجش‌پذیر باشد و به شیوه‌ای بیان شود که تحقق یافتن یا نیافتن آن کاملاً تعریف شده باشد. شخص ثالثی باید باشد تا در این مورد قضاوت کند.

۵- محدودیت زمانی داشته باشد: باید تاریخ سررسید مشخصی برای به‌دست آوردن هدف وجود داشته باشد. هدف‌های شفافی که با برنامه‌های دقیق پشتیبانی و با پشتکار مدیریت می‌شوند به موفقیت می‌انجامد و هدف‌های نامشخص که برنامه‌های آشفته و متناقض آنها را پشتیبانی می‌کنند مدام با شکست روبرو می‌شوند.

اصل هدف در تجارت

همان اصولی که در اهداف نظامی کاربرد دارند در اهداف تجاری و بازارهای رقابتی نیز به کار می‌روند. شما باید دقیقاً بدانید چه مقدار از چه محصول یا خدمات باید توسط چه کسی، با چه قیمتی به چه گروه از مشتری‌ها فروخته شود، محصول قرار است چگونه تولید و توزیع شود و بهای آن قرار است چگونه پرداخت شود. در هر حال مهم‌ترین موضوع «شفافیت هدف» است. هرچه هدف‌تان روشن‌تر باشد، امکان اینکه در مهلت تعیین شده به آن هدف برسید بیشتر است.

برنامه‌ریزی استراتژیک در جنگ شبیه به برنامه‌ریزی در زندگی شخصی و حرفه‌ای است. موفقیت شما در هر عرصه‌ای از زندگی نتیجه

آگاهی کامل شما از خواسته‌هایتان و تعیین بهترین راه برای رسیدن به آنهاست. زمانی که هدفی را برای خود مشخص می‌کنید و مراحل رسیدن به آن را به‌دقت برنامه‌ریزی می‌کنید در مدت زمان کوتاه‌تری به موفقیت‌های بزرگ دست پیدا خواهید کرد. تقریباً می‌توانید همه آنچه را که در این کتاب از آن سخن می‌گوییم در هر زمینه‌ای از زندگی برای افزایش کارآیی و شایستگی و بهبود کیفی و کمی نتایجی که به‌دست می‌آورید به‌کار برید.

ایده‌آل سازی

با برنامه‌ریزی برای سه الی پنج سال آینده هدف‌های روشنی را برای حرفه یا شرکت خود تعیین و آینده‌ای کامل و بی‌نقص را تصور کنید. پیش از اینکه در مورد امکان تحقق هدفی تصمیم بگیرید در مورد صحت آن تصمیم‌گیری کنید. اگر کار شما ظرف پنج سال آینده از هر نظر ایده‌آل باشد، این شرایط ایده‌آل چگونه خواهد بود؟

تصور کنید که می‌توانستید جادو کنید و موقعیت کامل و بی‌نقصی را در هر بخش از شرکت به‌وجود آورید. تصور کنید که تمام پول، نیروی انسانی و منابع را در اختیار دارید تا هر کاری را که می‌خواهید، در سازمان خود انجام دهید. اگر کار شما ظرف پنج سال آینده عالی و بی‌نقص باشد، سطح فروش، سوددهی، وجهه، معروفیت و اعتبار آن در بازار چطور خواهد بود؟ درآمد شرکت و درآمد شخصی شما چقدر خواهد شد؟

همه برنامه‌ریزی‌های کاری با تصور ایده‌آلی از آینده شروع می‌شوند. شفاف‌سازی و سهیم کردن دیگران با این تصور و دیدگاه یکی از مهم‌ترین وظایف رهبری است. همان‌طور که در انجیل آمده است: «آنگاه که هیچ دید و بینشی نباشد، انسان‌ها قربانی می‌شوند.»

وقتی در یک شرکت هیچ بینشی درباره آینده وجود نداشته باشد، افراد سرانجام به نقطه‌ای تنزل می‌کنند که فقط کارهای روزانه را انجام

می‌دهند و اصلاً نمی‌دانند قرار است چه آینده‌ای برای خود بسازند. هدف از هر استراتژی تجاری تأمین برنامه‌ای برای سازماندهی و به‌کارگیری منابع است به‌شیوه‌ای که باعث افزایش سود نسبت به سرمایه‌ای شود که با آن ریسک می‌کنند.

دومین هدف از به‌کارگیری استراتژی در کار این است که قیمت‌ها را از طریق یافتن راه‌های بهتر، سریع‌تر و ارزان‌تر برای تولید محصولات و خدمات، کاهش دهند و نتایج مثبتی دریافت کنند.

سومین هدف از به‌کارگیری استراتژی در کار، شناسایی فرصت‌های آینده و بهره‌برداری از آنها و در عین حال کاهش خطرات کنونی است. چهار سؤال مهم در مورد تعیین اهداف وجود دارند که باید مرتباً آنها را از خود پرسید و به آنها پاسخ دهید. آن سؤالات از این قرارند:

۱- شما در حال انجام چه کاری هستید؟ هدف‌های شما دقیقاً چه هستند؟ آیا آنها مکتوب، روشن، مشخص، دارای سررسید زمانی و سنجش‌پذیر هستند؟ شفاف نبودن اهداف، هم در کوتاه‌مدت و هم در بلندمدت منجر به ناکامی می‌شود.

۲- سعی دارید این کار را چطور به انجام برسانید؟ همیشه پذیرای این مسئله باشید که ممکن است راه متفاوتی یا بهتری برای رسیدن به همین هدف با هزینه‌های کمتر و درجه اطمینان بالاتر وجود داشته باشد.

۳- فرضیات شما چه هستند؟ در مورد وضعیت کنونی خود چه برداشتی دارید که ممکن است درست نباشد؟ هر تصمیمی براساس فرضیات معین، واضح یا ناواضح، گرفته می‌شود. همان‌طور که آلکس مکنزی مؤلف کتاب «تله زمان» نوشته است: «پندار غلط، ریشه تمام شکست‌ها است.»

برای مثال در جنگ جهانی دوم دژ سنگاپور به نظر نفوذ ناپذیر می‌رسید. مدافعان انگلیسی تصور می‌کردند هر نوع حمله به سنگاپور فقط از طریق دریا خواهد بود. وقتی ژاپنی‌ها از راه خشکی به سمت شمال حرکت و به سنگاپور حمله کردند، انگلیسی‌ها به‌سرعت مغلوب شدند و پادگانی متشکل از ۶۲۰۰۰ سرباز را در تاریخ ۱۲ فوریه ۱۹۴۲ تسلیم کردند. وینستون چرچیل این واقعه را بدترین فاجعه و بزرگ‌ترین تسلیم در تاریخ بریتانیا توصیف کرده است.

۴- اگر فرضیات شما اشتباه باشند چه اتفاقی می‌افتد؟ اگر فرضیات شما غلط از آب درآیند و اقداماتی که اکنون برای تحقق هدف‌هایتان انجام می‌دهید نامناسب باشند چه اتفاقی می‌افتد؟ همیشه این امکان را در نظر بگیرید که ممکن است در عقاید و فرضیات خود کاملاً اشتباه کنید. اگر این‌طور باشد، باید چه تغییراتی را فوراً انجام دهید تا در بازار کنونی دوام آورده و پیشرفت کنید؟

مدلی برای برنامه‌ریزی استراتژیک

یک فرمول ساده پنج مرحله‌ای وجود دارد که می‌توانید از این به بعد برای تعیین هدف‌های روشن و برنامه‌ریزی استراتژیک در کار خود از آن استفاده کنید. شما باید این پنج اصل را به‌طور منظم مانند تنفس کردن در هر بخش از کار خود تمرین کنید.

مرحله اول، هدف‌ها

هدف‌های کاری و تجاری نشان‌دهنده نتایج مالی نهایی هستند که شما قادر به کسب آنها هستید. تمام اهداف کاری و تجاری را می‌توان در غالب مسائل مالی توضیح داد. هدف‌های شما باید روشن، مکتوب، مشخص، سنجش‌پذیر و دقیق باشند و شما باید با تعیین تاریخ‌های سررسید، آنها را از نظر زمانی محدود کنید.

بعضی از نمونه‌های هدف‌های تجاری از این قبیل هستند: حجم فروش، سود خالص، سود نسبت به سرمایه، سود نسبت به فروش، سود نسبت به نرخ رشد سهام بازار و سود به ازاء هر مشتری.

ارقامی که برای هدف قرار دادن انتخاب می‌کنید عمدتاً تعیین‌کننده چگونگی سازمان‌دهی و به‌کارگیری افراد و منابع است.

مرحله دوم، مقاصد

مقاصد شما ریزهدف‌هایی هستند که شما باید به‌دست آورید تا بتوانید به هدف‌های بزرگ‌تر و نهایی برسید. برخی از این ریزهدف‌ها که پیش از هدف‌های بزرگ‌ترتان در زمینه سوددهی و بازگشت سرمایه باید به آنها پردازید از این قرارند:

۱- باید منابع مالی لازم را به‌دست آورده، آنها را سازماندهی کرده و از آنها به خوبی استفاده کنید تا بتوانید عملیات تجاری را شروع کنید و ادامه دهید.

۲- باید افراد مناسبی را استخدام کنید، آموزش دهید، مدیریت کنید و در آنها انگیزه انجام دادن کار را ایجاد کنید.

۳- باید برای حجم مشخصی از محصولات و خدمات طی زمانی مشخص و به قیمتی مشخص تبلیغات و بازاریابی کنید و با دریافت سطح مشخصی از سود آنها را به فروش برسانید.

۴- وقتی سه هدف اول را به‌دست آوردید باید محصولات و خدماتی را که فروختید، تولید و توزیع کرده، آنها را تحویل دهید.

۵- باید جزئیات مدیریتی کار را سازمان‌دهی کنید تا کنترل اطلاعات، تشریفات اداری، روند کار و دیگر فعالیت‌هایی که زیربنای هر شرکت

بازرگانی را محکم می‌کند به‌عهده بگیرید.

زمانی که اهداف و مقاصدتان برای خود شما و کسانی که باید کار را انجام دهند واضح و روشن شد، می‌توانید قدم بعدی را بردارید.

مرحله سوم، استراتژی

استراتژی شامل روش‌ها و راه‌های مختلفی است که می‌توانید برای رسیدن به هدف‌ها از آنها استفاده کنید. برای حرکت از نقطه الف به سمت نقطه ب راه‌های زیادی وجود دارد. انتخاب استراتژی مناسب تا حد زیادی تعیین‌کننده موفقیت و یا شکست شماست.

با پرسیدن این سؤال از خود کارتان را شروع کنید: «چه راه‌های مختلفی برای رسیدن به این هدف وجود دارد؟» به یاد داشته باشید هدفی که هنوز به دست نیامده مانند مشکلی است که هنوز حل نشده است. رسیدن به یک هدف را طوری در نظر بگیرید که گویی به دنبال راه حل یک مشکل می‌گردید.

برای مثال اسکندر با پاسخ دادن به این سؤال به میدان نبرد نزدیک می‌شد: «چطور می‌توانم روحیه دشمن را تضعیف کنم؟»

او با وادار کردن دشمن به پذیرش این مسئله که هدفش غیر قابل دستیابی است، موفق می‌شد. همیشه پذیرای راه‌حل‌های متفاوت و غیرمعمول باشید.

از هر مقصود، هدف، استراتژی و مشکلی که فقط یک پاسخ و یک راه‌حل برای آن وجود دارد برحذر باشید.

همیشه این سؤال را از خود بپرسید: «چه پاسخ‌های دیگری ممکن است وجود داشته باشد؟» پیش از اینکه یک استراتژی را به‌عنوان استراتژی نهایی انتخاب کنید باید نمونه‌های بالقوه زیادی از آنها در دست داشته باشید. این مسئله احتیاج به کارِ سختِ اندیشیدن دارد و مسئولیت

اصلی یک رهبر و تصمیم‌گیرنده نیز همین است. وقتی یک سری راهکار برای رسیدن به مقصود و یا حل مشکل خود به‌دست آوردید باید هر یک از گزینه‌ها را براساس عوامل زیر ارزیابی کنید:

۱- توانایی‌های شما چه هستند؟ این که می‌خواهید کاری انجام دهید به این معنی نیست که می‌توانید آن را انجام دهید. اشتیاق و شور و شوق ویژگی‌های خوبی هستند اما به نتایج مؤثر منتهی نمی‌شوند مگر آنکه با توانایی و قابلیت همراه باشند.

جیم کولین در کتاب «از خوب به عالی» که در سال ۲۰۰۱ به چاپ رسید به این نکته مهم اشاره می‌کند که شرکت‌های بزرگ قبل از اینکه در مورد مقاصد، اهداف و استراتژی، تصمیم نهایی را اتخاذ کنند افراد مناسب را استخدام می‌کنند و در پست‌های اصلی و مهم قرار می‌دهند. آیا افرادی که لازم دارید در اختیار دارید؟ آیا می‌توانید آنها را پیدا کنید؟ لایق‌ترین نیروهای جنگی آنهايي هستند که در تمام سطوح کارآزموده‌ترین و جسورترین افسران را دارند.

۲- آیا از منابع لازم داخلی و خارجی برای انجام یک استراتژی خاص برخوردارید؟ ژنرال برنارد مونت‌گومری معروف به مارتینی مونت‌گومری قبل از شروع یک حمله بزرگ علیه دشمن در مورد داشتن ذخیره‌ای بیش از حد مورد نیاز از اسلحه، مهمات و جنگ‌افزار وسواس به خرج می‌داد.

این، رمز پیروزی او در العلمین در برابر ارتشبد اِروین رومل در سال ۱۹۴۲ بود. آیا منابع مالی لازم را دارید؟ آیا روابط و متحدین لازم را در بازار دارید؟ آیا دانش، مهارت و تجربه لازم برای انجام استراتژی خاص را دارید؟ اگر پاسخ شما منفی است آیا می‌توانید آنها را به‌دست آورید؟ اگر نمی‌توانید چه استراتژی جایگزینی وجود دارد که با منابع موجود بیشتر

هماهنگ باشد؟ اینها سوالات مهمی هستند که شما باید قبل از اینکه کار خاصی را شروع کنید از خود بپرسید.

۳- وضعیت کنونی بازار چیست؟ فروش محصولات و خدمات شما زیاد است یا کم؟ آیا فروش در حال افزایش است یا کاهش؟ گرایش بازار به نفع و در جهت بهبود فروش و سوددهی شماست یا به ضرر شما؟ یک رهبر خوب نسبت به تفاوت ظریفی که در محیط وجود دارد، حساس است و مرتباً در حال امتحان فرضیاتش درباره وضعیت کنونی کار و تجارت است.

۴- رقیب‌های شما چه کسانی هستند و از چه طریقی ممکن است نسبت به استراتژی شما واکنش نشان دهند؟ میشل پورترید در کتاب خود به نام «برتری اقتصادی» بر اهمیت توجه به واکنش رقبایان به اقدامات شما در بازار تأکید می‌کند.

یک اصل بدیهی در ارتش وجود دارد: «هیچ استراتژی در اولین برخورد با دشمن به همان شکل اولیه باقی نمی‌ماند.» شما باید با دقت، تمام جزئیات ممکن را برای استراتژی خود برنامه‌ریزی کنید. رقیب‌های شما ممکن است برای دفاع از بازار خود و یا تصاحب بازار شما دست به اقدامات غیرمنتظره‌ای بزنند در این صورت باید آماده باشید استراتژی‌تان را اصلاح کنید.

استراتژی شما هر چه باشد باید فرض را بر این بگذارید که رقبای شما به طریقی با آن مبارزه خواهند کرد. هر چه در فروش، به دست گرفتن بازار و اختصاص سهام بازار به خودتان استراتژی موفق‌تری به کار برید رقیب‌ها با قوای بیشتری تلاش می‌کنند که یا از راهکار شما تقلید و یا قدرت شما را تضعیف کنند. بنابراین هر تصمیمی که می‌گیرید تا هر زمان که امکان دارد آن را مخفی نگه دارید. وقتی شروع می‌کنید سعی کنید اولین و بهترین باشید. در نتیجه پیش از آنکه رقبایان عکس‌العملی نشان

دهند بیشترین و بهترین نتیجه را دریافت می‌کنید.

کُنْت اَتُوفون بیسمارک، صدراعظم آهنین آلمان، مهم‌ترین دیپلمات و دولتمرد زمان خود به‌شمار می‌رفت. او به‌خاطر داشتن یک برنامه دوم — یک برنامه بیسمارک — شهرت داشت. و اگر اولین برنامه سودی نداشت از برنامه ذخیره استفاده می‌کرد. او همیشه این آمادگی را داشت که در برابر اتفاقات غیرمترقبه یا مخالفت‌های شورای بزرگ اروپا با یک نقشه جایگزین قد علم کند.

شما نیز باید همین کار را انجام دهید. وقتی در مورد راهکاری خاص تصمیم گرفتید، باید خیلی سریع یک راهکار جایگزین نیز ایجاد کنید به این دلیل که شاید راهکار اول سودی نداشته باشد. داشتن یک برنامه جایگزین برای تجدید قوا به شما اعتماد به نفس، شجاعت و جسارت بیشتری در اجرای برنامه اول‌تان می‌دهد. این، یک عامل روان‌شناختی قوی است که باید از آن به نفع خود بهره ببرید.

مرحله چهارم، برنامه

برنامه‌های شما پله‌های نردبانی هستند که شما را از جایی که هستید به جایی می‌رسانند که می‌خواهید بروید. مرحله برنامه‌ریزی در واقع شروع کار محسوب می‌شود. و کلید رسیدن به موفقیت است. پاتن می‌گوید: «زمان زیادی را به برنامه‌ریزی برای یک حمله اختصاص دهید. حداقل دو ساعت طول می‌کشد تا یک گردان پیاده نظام را برای اجرای حمله‌ای کاملاً هماهنگ، آماده کنید. عجله زیاد برای انجام سریع عملیات باعث می‌شود افراد زیادی بی‌دلیل کشته شوند.»

«در جنگ هیچ چیز با حدس و گمان به‌دست نمی‌آید. هر چه که به‌طور

منطقی و دقیق برنامه‌ریزی نشود حاصلی نخواهد داشت.»

کار برنامه‌ریزی را با تهیه لیستی از هر چه که باید داشته باشید تا بتوانید به هدف‌تان برسید شروع کنید. هیچ چیز را از قلم نیندازید. تا

آنجا که ممکن است جزئیات را در نظر بگیرید. وقتی در مورد کار یا فعالیت جدیدی فکر می‌کنید آن را در لیست بیاورید. تا زمانی که لیست کامل شود و همه جزئیات و روند رسیدن به هدف را از قدم اول تا پیروزی نهایی داشته باشید روی آن کار کنید.

سپس لیستی از تمام چیزهایی که برای رسیدن به هدف به آنها نیاز دارید تهیه کنید. از افراد، دانش‌ها، مهارت‌ها، مبلمان، اثاث، تسهیلات و منابع مالی که به آنها احتیاج پیدا خواهید کرد لیست تهیه کنید. به‌خاطر داشته باشید: «سختی کار در جزئیات آن است.»

لایق‌ترین رهبران کسانی هستند که از پیش در مورد تک تک جزئیات فکر می‌کنند و هیچ چیز را به امید بخت و اقبال رها نمی‌کنند. وقتی لیست فعالیت‌ها و منابع‌تان را تهیه کردید آنها را به دو صورت مرتب کنید.

۱- فعالیت‌هایتان را به ترتیب اولویت مرتب کنید. کدام گزینه‌ها اهمیت بیشتر و کدام گزینه‌ها اهمیت کمتری دارند؟ از قانون ۸۰/۲۰ استفاده کنید. کدام نوع از فعالیت‌های شما هستند که تنها ۲۰ درصدشان پاسخگوی ۸۰ درصد ارزش کل فعالیت‌های شما هستند؟ از روش الف ب ج د برای تنظیم اولویت‌ها استفاده کنید.

فعالیت‌های «الف» بسیار مهم هستند و به موقع انجام ندادن آنها عواقب جدی در پی خواهد داشت. فعالیت‌های گروه «ب» آنهایی هستند که باید انجام شوند اما اهمیت‌شان به اندازه فعالیت‌های گروه الف نیست. فعالیت‌های گروه «ج» آنهایی هستند که خوب است انجام شوند اما به اهمیت گروه «الف» و «ب» نیستند.

تحلیل لیستی که از فعالیت‌ها تهیه کرده‌اید و تنظیم صحیح اولویت‌ها، مهارت مهمی برای رسیدن به موفقیت و رهبری است و اغلب عامل تعیین‌کننده‌ای در پیروزی یا شکست است.

۲- لیست خود را براساس زمانی که کارها باید انجام شوند تنظیم کنید. ممکن است کاری بسیار مهم باشد اما تا هفته‌ها و یا ماه‌ها به آن احتیاجی نداشته باشید. هر فعالیتی نیازمند تاریخی مشخص است. هر کدام از این کارها باید به ترتیب قرار گیرند و با اولویت‌هایتان ترکیب شوند تا برنامه نهایی به دست آید.

تعیین کنید کدام فعالیت‌ها موازی هستند و می‌توانند هم‌زمان انجام شوند. بسیاری از کارها را می‌توان هم‌زمان با کارهای دیگر انجام داد. شما می‌توانید با داشتن افراد و یا سازمان‌های مختلفی که روی قسمت‌های مختلف، کار می‌کنند سرعت خود را در رسیدن به هدف بیشتر کنید. وقتی جنگ جهانی دوم آغاز شد نیروی دریایی ایالات متحده آمریکا برای انتقال افراد و تجهیزات به بریتانیا تعداد کمی کشتی در اختیار داشت. وزارت جنگ به هنری جی، کاپیتان مأموریت داد تا فوراً «کشتی‌های لیبرتی» را بسازد و جایگزین کشتی‌هایی کند که آلمانی‌ها با زیردریایی غرق می‌کردند.

بدترین نوع استفاده از وقت

این است که کاری را که اصلاً لازم نیست

به بهترین وجه انجام دهید.

بنیامین ترگو

وقتی کاپیتان مسئولیت را به عهده گرفت، دو سال طول می‌کشید تا یک کشتی ساخته و آماده بهره‌برداری شود. بعد از یک سال او زمان ساخت کشتی را به دو ماه کاهش داد. و در حرکتی نمادین برای نمایش ابتکار و مهارت آمریکایی‌ها یک کشتی را ظرف چهار روز ساخت.

چیزی که هنری کاپیتان و دیگران فهمیدند این بود که برنامه‌ریزی و پیگیری فعالیت‌ها به‌طور موازی به جای انجام آنها یکی پس از دیگری وقت

بسیار کمتری لازم دارد.

آنگاه نوبت به فعالیت‌های متوالی می‌رسد. اینها فعالیت‌هایی هستند که به یکدیگر وابسته‌اند و باید یکی پس از دیگری انجام شوند. تقریباً همیشه فعالیت‌های متوالی تعیین می‌کنند شما با چه سرعتی می‌توانید کاری را انجام دهید، راهکاری را خلق کنید، به مقصودی برسید و یا به هدف نهایی برسید.

فعالیت‌های متوالی اصلی را در برنامه‌ریزی برای پروژه خود مشخص و حتماً آنها را به‌موقع شروع کنید تا تکمیل کار نهایی‌تان را به تعویق نیندازند.

مرحله پنجم، فعالیت

وظیفه شما در مدیریت خود و یا دیگران این است که درباره فعالیت‌هایی که باید انجام شوند تا استراتژی شما تکمیل شود کاملاً شفاف و روشن عمل کنید.

در کار کردن با دیگران از روش «مدیریت هدفمند» استفاده کنید. زمانی را به توضیح، بحث و گفتگو و توافق درباره کار یا کارهایی که باید انجام گیرند اختصاص دهید. مطمئن شوید که تک‌تک افراد می‌دانند قرار است چطور ارزشیابی شوند و چه زمانی قرار است کارها به انجام برسند. افراد را تشویق کنید که اگر از برنامه عقب مانده‌اند به شما گزارش دهند. مرتباً با آنها در ارتباط باشید تا مطمئن شوید هدف‌های لازم را همان‌گونه که در موردشان به توافق رسیدید به انجام می‌رسانند.

روش دیگر برای کنترل کارها استفاده از «مدیریت مسئولانه» است. شما می‌توانید از این روش در کار با افرادی استفاده کنید که برای شما شناخته شده‌اند، قابل اعتمادند و از خود لیاقت نشان داده‌اند.

برای حداکثر استفاده از این روش باید اختیار و مسئولیت را برای تکمیل امور به دیگران محول کنید. تاریخ‌های سررسید نهایی و نیمه‌نهایی

تعیین کنید تا افراد بدانند چه وقت کار باید به اتمام برسد. برای حمایت از فردی که به مشکل یا مانعی برخورد کرده است و کمک رساندن به او همیشه در دسترس باشید.

و در نهایت وقتی از مدیریت هدفمند و یا مدیریت مسئولانه استفاده می‌کنید بدانید که اختیار دادن به دیگران به این معنی نیست که خود شما هیچ مسئولیتی ندارید. همیشه نتایج را بررسی کنید.

هر اندازه که انجام دادن کاری برای رسیدن به هدف نهایی مهم‌تر باشد قرار داشتن شما در رأس آن کار اهمیت بیشتری دارد. هرگز تصور نکنید که بدون دخالت مستمر شما کارها انجام می‌شوند. مانند دکتری که بیماری بدحال دارد باید بازرسی‌های سرزده‌ای را مرتباً از کارمندان اصلی خود به عمل آورید تا مطمئن شوید که همه چیز طبق برنامه پیش می‌رود.

هدف‌های تجاری مربوط به بازاریابی

در تجارت، تمام برنامه‌ریزی‌های استراتژیک مربوط به برنامه‌ریزی‌های بازاریابی است. مشتری فقط پادشاه نیست بلکه باید در مرکز همه اندیشیدن‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در تعیین و به‌دست آوردن هدف‌های تجاری قرار گیرد. آنچه مشتری می‌خواهد، آنچه مشتری نیاز دارد، آنچه مشتری می‌پسندد و یا نمی‌پسندد، آنچه مشتری در افزایش پول می‌دهد و آنچه رقیب‌هایتان شما به مشتری ارائه می‌دهند عوامل مهمی هستند که سود، زیان، موفقیت و شکست شما را به‌خصوص در بازارهایی که در آنها رقابت تنگاتنگ است، تعیین می‌کنند.

همان‌طور که دان و براد استریت پس از ۵۰ سال مطالعه در زمینه‌های تجاری گفته‌اند: «تمام خرد کاری را می‌توان این‌طور خلاصه کرد: تجارت به‌خاطر فروش زیاد موفق می‌شود و به علت فروش کم، شکست می‌خورد؛ بقیه مسائل تفاسیر بیهوده‌اند.»

پس از ساخت، راه‌اندازی و مدیریت ۲۲ نوع شرکت مختلف، فلسفه من

همیشه تمرکز روی فروش بوده است. هر وقت هر نوع مشکلات مالی داشتید فکرتان را به‌طور کامل روی فروش و سود بیشتر متمرکز کنید. جریان نقدینگی بسیار مهم است. داشتن بیشترین خطوط تولید مسئله مهمی در تجارت مدرن است.

در تحقیقی که اخیراً انجام شد از مدیران شرکت‌ها سؤال کردند: «فروش چقدر در سازمان شما اهمیت دارد؟» تقریباً همه پاسخ دادند که اگر فروش مهم‌ترین عامل در تجارت نباشد عامل بسیار مهمی است. سپس از آنها پرسیدند: «چقدر از وقت خود را صرف مسائل فروش و بازاریابی می‌کنید؟» میانگین مدت زمانی که آنها صرف این کار می‌کردند ۱۱ درصد بود و بقیه وقت صرف کارهایی می‌شد که مربوط به فروش نبود. نمی‌توان از هزینه‌های یک تجارت کاست و یا در راه به موفقیت رساندن آن صرفه‌جویی کرد. تنها راه ماندگاری در بازار و پیشرفت آن است که کاملاً روی تولید و فروش محصولات و خدماتی تمرکز کنید که مردم مایل به خرید آنها هستند و برای شرکت سودآورند.

تحلیل استراتژی فروش

در برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان‌ها به سؤالات اصلی در فروش محصول و بازاریابی توجه کنید: «قرار است چه چیزی به چه کسی با چه قیمتی فروخته شود، چطور تحویل داده شود و هزینه آن چطور پرداخت شود؟»

بی‌توجهی به این سؤالات و یافتن پاسخ دقیقی برای آنها علت اصلی کاهش سود و اغلب ورشکستگی شرکت است. یافتن پاسخ صحیح برای این سؤالات دلیل اصلی موفقیت در تجارت است. اینها سؤالاتی هستند که فروشندگان، صاحبان تجارت و مدیران فروش باید مرتباً از خود بپرسند و به آنها پاسخ دهند.

۱- مشتری شما کیست؟ مشتری ایده‌آل خود را در قالب سن، تحصیلات، درآمد، مقام، منصب، سلیقه، تجربه، پیشینه و از نظر روان‌شناختی مشخص کنید. مشتری ایده‌آل شما چه گرایش‌هایی دارد؟ مشتری آینده شما چه کسی است؟ چه کاری باید انجام دهید تا محصولات و خدمات شما بیشتر مورد پسند او قرار گیرند؟

۲- چه چیزی برای مشتری شما ارزش محسوب می‌شود؟ مشتری شما در یک بازار رقابتی برای چه چیز مایل به پرداخت پول است؟ او انتظار دارد از طریق تجارت با شما به چه سودی برسد؟ از میان تمام منافی که ارائه می‌دهید کدام یک برای مشتری بیشترین اهمیت را دارد؟ به عبارت دیگر، چه چیزی است که مشتری باید قبل از اتخاذ هرگونه تصمیمی برای خرید، مطمئن باشد حتماً آن را دریافت خواهد کرد؟ اگر پاسخ این سؤال را نمی‌دانید همه چیز را باید از ابتدا شروع کنید.

۳- رقیب‌هایتان چه کسانی هستند؟ حرفه‌های مختلفی که با شما رقابت می‌کنند کدامند؟ مشتری‌ها فقط توانایی خرید تعداد محدودی از محصولات و خدمات را دارند، بنابراین چه کسان دیگری قصد دارند مشتری شما را به‌سوی خود جذب کنند؟ و چه کاری انجام می‌دهند که با شما متفاوت است؟

۴- مشتری‌های بالقوه شما از رقیب‌هایتان چه می‌خرند؟ آنها از معامله کردن با رقبا چه سودی می‌برند؟ رقیب‌ها چه چیزهایی ارائه می‌دهند که مشتری‌ها آنها را به شما ترجیح می‌دهند؟

۵- برتری اقتصادی شما چیست؟ چه کاری را بهتر از دیگران انجام می‌دهید؟ پیشنهاد منحصر به فرد فروش شما چیست؟ هر کار موفق

براساس برتری اقتصادی منحصر به فردی ساخته می‌شود که هیچ رقیب دیگری قادر به ارائه آن نیست. برتری شما در این مورد چیست؟ چه باید باشد؟ چه چیزی ممکن است باشد؟ این، سؤالی مهم برای موفقیت در کار است.

۶- چه کار متفاوتی باید انجام دهید تا در آینده مشتری‌های بیشتری را به سوی خودتان جذب کنید؟ به‌خاطر بسپارید هر آنچه باعث شده است که شما امروز چنین جایگاهی داشته باشید برای نگاه داشتن شما در این جایگاه کافی نیست. چه کارهایی را باید بهتر، سریع‌تر و یا ارزان‌تر انجام دهید تا مشتری‌های آینده را از چنگ رقیب‌ها درآورید؟ یافتن پاسخ صحیحی برای این سؤال آینده‌شغلی شما را تعیین می‌کند.

۷- بهای کار شما چقدر است؟ اگر با مشتری‌های گذشته شما مصاحبه می‌شد، چه چیزهایی در باره شما می‌گفتند؟ چطور شما را توصیف می‌کردند؟ از چه کلماتی برای توصیف محصولات، خدمات و یا تجربه‌هایی که با شما داشتند استفاده می‌کردند؟ و مهم‌تر از همه چطور می‌توانید مشتری‌های آینده‌تان را تحت تأثیر قرار دهید تا در مورد شما طوری فکر و صحبت کنند که در بازار رقابتی به شما کمک زیادی کند؟

فروش، شاه‌رگ حیاتی در تجارت است. «هیچ چیز اتفاق نمی‌افتد مگر آنکه کالایی به فروش برسد.» موقعیت شما در تجارت، هر چه که باشد همچنان در کار فروش خواهید بود. هر کاری که انجام می‌دهید در فروش نقش دارد. هر چه تأثیری که بر فروش و سوددهی می‌گذارید بیشتر باشد، ارزشمندتر خواهید شد. هر چه بیشتر درباره بازاریابی، فروش و سوددهی فکر کنید احتمال اینکه کارهای اصلی را برای بهبود عملکرد سازمان انجام دهید بیشتر است.

برنامه‌ریزی استراتژیک برای زندگی شخصی

اصل هدف در معنای نظامی گرفتن موقعیت حساس، تصرف سرزمین و پیروزی در نبرد است. اصل هدف در کاربرد تجاری‌اش به معنای خلق و نگهداری مشتری‌ها برای سوددهی و رشد و توسعه در یک بازار رقابتی است. کاربرد اصل هدف در زندگی شخصی این است که بتوانید تصمیم بگیرید که دقیقاً در زندگی چه می‌خواهید و بتوانید برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید و برنامه‌هایتان را در زمان مقتضی اجرا کنید. برای موفق شدن باید هدفی برای خود تعیین کنید.

افرادی که هدف‌های واضحی را برای خود تعیین می‌کنند و دقیقاً می‌دانند چه می‌خواهند همیشه چیزهای بیشتری به‌دست می‌آورند و سریع‌تر از افرادی که نمی‌دانند که هستند و به کجا می‌روند کار انجام می‌دهند.

تعیین اهداف، زندگی‌تان را تغییر می‌دهد و آینده‌تان را تضمین می‌کند. در تعیین هدف همیشه با روند ایده‌آل‌سازی شروع کنید. طی مطالعات زیادی که در مورد افراد موفق انجام شده است معلوم شده که این افراد به‌طور منظم رؤیاپردازی می‌کنند. آنها پنج الی ده سال آینده را در نظر می‌آورند و تصور می‌کنند که اگر به تمام هدف‌هایشان برسند زندگی مطلوبشان چگونه خواهد بود.

تصور کنید بتوانید سوار ماشین زمان شوید و در چشم برهم زدنی به پنج سال آینده بروید. وقتی چشم‌تان را باز می‌کنید اتفاق معجزه‌آسایی افتاده است. زندگی شما از هر نظر کامل است. هر بخشی از خانه، خانواده و زندگی حرفه‌ای‌تان از هر نظر ایده‌آل است و حالا این سؤال مطرح می‌شود:

«آنچه می‌بینید چگونه است؟»

اگر زندگی شما از هر جهت کامل باشد چه شکلی خواهد داشت؟ با تعیین و توصیف زندگی آینده‌تان در حالیکه کامل شده است می‌توانید

هدف‌های خود را برای زمان حال تعیین کنید. پس از اینکه تعیین کردید زندگی ایده‌آل‌تان چگونه است از خود بپرسید چه اتفاقی باید بیافتد تا این زندگی ایده‌آل تحقق پیدا کند؟ دوست دارم این کار را «فکر کردن در زمان آینده» بنامم. این والاترین شکل تفکر خلاق و طراحی آینده است.

همین الان به اطراف خود نگاه و ایده‌آل‌سازی را تمرین کنید. پیش از اینکه فکر کنید به چه عللی تحقق آرزوهایتان امکان‌پذیر نیست، تصمیم بگیرید دقیقاً چه می‌خواهید. تصور کنید که می‌توانستید جادو کنید و بدون هیچ محدودیتی هر چیزی را در اختیار داشته باشید و هر کاری را که می‌خواهید انجام دهید آنگاه چه هدف‌هایی را برای خود تعیین می‌کردید؟

تصور کنید گول چراغ جادو را آزاد کرده‌اید و او می‌خواهد سه آرزوی شما را برآورده کند: آرزوهای کوچک یا بزرگ، کوتاه مدت یا بلند مدت. آن سه آرزوی شما چه هستند؟ آنها را بنویسید.

اغلب، وقتی از افراد می‌خواهند سه هدف خود را نام ببرند معمولاً یکی از هدف‌های آنها درباره سلامتی، یکی در مورد روابط و دیگری راجع به مسائل مالی است. به این علت که سلامتی، روابط و پول مثلث طلایی موفقیت و شادی را در زندگی شخصی تشکیل می‌دهند. آرزوهای شما کدامند؟

هفت بخش حیاتی زندگی

برای اینکه کاملاً خوشحال باشید و زندگی متعادلی داشته باشید باید در هفت بخش از زندگی هدف‌هایی را تعیین کنید و آنها را به دست آورید. در هر مرحله از زندگی‌تان یک یا چند بخش در درجه اول اهمیت قرار می‌گیرند.

اگر بیکار باشید شغل برای شما از همه چیز مهم‌تر است. اگر هیچ‌گونه روابط اجتماعی نداشته باشید و یا روابط ناموفقی داشته باشید، اهداف

مربوط به روابط برای شما از همه چیز مهم‌تر می‌شوند. و اگر ورشکست شده باشید هدف‌های مالی شما برجسته‌تر خواهند بود. میزان نیاز شما به هدف‌های مختلف با تغییر موقعیت‌تان تغییر می‌کند.

هفت بخش مورد نظر به قرار زیرند:

۱- کار و تجارت: اینها هدف‌های زندگی حرفه‌ای شما هستند. چه کاری است که بسیار علاقه‌مند به انجامش هستید؟ چه مهارت‌ها و توانایی‌هایی باید کسب کنید؟ برای رسیدن به چه موفقیتی تلاش می‌کنید؟ و به‌طور کلی چه تصویری از آینده حرفه‌ای ایده‌آل‌تان دارید؟
هر چه درجه شفافیت پاسخ‌هایی که به این سوالات می‌دهید بیشتر باشد سریع‌تر به هدف‌های حرفه‌ای خود دست پیدا خواهید کرد.

۲- خانواده و روابط: بنا به گفته دکتر سیدنی جورارد روابط شما ۸۵ درصد از خوشبختی (و یا بدبختی) شما را تعیین می‌کنند. اگر چه ممکن است این هدف‌ها ناملموس باشند، باید آنها را دقیقاً بنویسید، همان‌طور که برای اهداف کاری و مالی‌تان برنامه‌ریزی می‌کنید. چه نوع روابطی شما را بسیار خوشحال می‌کند؟ دوست دارید زندگی خانوادگی شما چگونه باشد؟ می‌خواهید چه کارهایی را همراه خانواده خود و یا برای آنها انجام دهید؟ مایلید در زندگی خانوادگی و روابط خود چه چیزهایی را تغییر دهید؟ باید چه کاری را بیشتر یا کمتر انجام دهید تا زندگی خانوادگی بهتری داشته باشید؟ اگر می‌توانستید در مورد روابط و خانواده خود جادو کنید می‌خواستید نسبت به وضعیت امروز چه تفاوتی داشته باشد؟

۳- پول و سرمایه‌گذاری: هدف‌های کوتاه مدت و بلند مدت مالی شما چه هستند؟ می‌خواهید چقدر درآمد داشته باشید؟ می‌خواهید حقوق بازنشستگی شما چقدر باشد؟ چه هدف‌هایی در مورد درآمدتان برای سه،

پنج و ۱۰ سال آینده دارید؟ چه کاری را باید هم اکنون به شکل متفاوتی انجام دهید تا به هدف‌های مالی خود در آینده برسید؟

۴- سلامتی و تناسب اندام: هدف‌هایی که در مورد سلامتی و تناسب اندام خود دارید کدامند؟ می‌خواهید چقدر وزن داشته باشید؟ باید در روز یا در هفته چقدر تمرینات ورزشی انجام دهید؟ دوست دارید چند ساعت در طول شب بخوابید؟ می‌خواهید سالی چند روز یا چند هفته به تعطیلات بروید؟ و علی‌الخصوص می‌خواهید چقدر عمر کنید؟ و از امروز باید چه کاری انجام دهید که سالم ماندن‌تان را تا آن زمان ممکن کند؟

۵- رشد علمی و فرهنگی: دانش و مهارت‌های اساسی را که از نظر حرفه‌ای و شخصی برای رهبری هدف‌هایتان در ماه‌ها و سال‌های آینده به آنها احتیاج خواهید داشت شناسایی کنید. چه کتاب‌هایی باید بخوانید؟ در چه دوره‌ها و سمینارهایی باید شرکت کنید تا مهارت‌ها و توانایی‌هایتان را افزایش دهید و بتوانید از زندگی لذت ببرید؟

۶- اجتماع و معاشرت: دوست دارید در جهان چه تغییری ایجاد کنید؟ می‌خواهید چه خدمتی برای جامعه خود انجام دهید؟ چه گروه‌های اجتماعی، سیاسی، مذهبی و غیره را قبول دارید و از آنها حمایت می‌کنید؟ می‌خواهید با شرکت در چه نوع فعالیت‌هایی دنیای خود را به مکان بهتری تبدیل کنید؟

۷- آرامش ذهنی و رشد معنوی: بهترین چیز برای انسان، آرامش ذهنی است. اوقاتی را که در زندگی خود احساس خوشبختی کرده‌اید مشخص کنید. در حال حاضر چه چیزی به شما بیشترین آرامش ذهنی را می‌دهد؟ چه اتفاقاتی باید بیافتد تا احساس خوبی درباره زندگی داشته

باشید؟ اگر می‌توانستید جادو کنید و برنامه و شیوه زندگی ایده‌آل‌تان را خلق کنید، آنگاه زندگی‌تان چگونه می‌شد؟

تنها سه درصد از افراد، اهداف روشن، مکتوب و مشخصی دارند. شما باید به این سه درصد بپیوندید. این افراد پنج تا ده برابر افراد معمولی درآمد دارند. آنها نسبت به دیگران حس کنترل بر زندگی، شادی و موفقیت بیشتری را تجربه می‌کنند. تعیین اهداف نه تنها فعل و انفعالات شیمیایی بدن‌تان بلکه رویکرد کلی‌تان را نسبت به خودتان و زندگی‌تان تغییر می‌دهد.

چگونه هدف‌هایمان را تعیین کنیم و به آنها برسیم

روشی هفت مرحله‌ای وجود دارد که شما می‌توانید از آن برای تعیین و کسب هدف‌هایی که در صورتان می‌گنجد استفاده کنید. به گفته ناپلئون هیل نویسنده کتاب «بیاندیشید و ثروتمند شوید» «انسان هر چه را که ذهنش بتواند تصور و باور کند می‌تواند به‌دست آورد.»

مرحله اول: تصمیم بگیرید در هر مرحله از زندگی‌تان دقیقاً چه می‌خواهید و بعد آن را به زبانی واضح و مشخص بنویسید. نوشتن هدف‌هایتان روی کاغذ شما را جزء آن گروه سه درصدی خواهد کرد.

مرحله دوم: تاریخ سررسیدی برای هر هدف خود در نظر بگیرید. اگر لازم شد تاریخ‌های سررسید نیمه‌نهایی نیز تعیین کنید تا همیشه بفهمید چقدر پیشرفت می‌کنید، سرعت‌تان چقدر است و چه چیزی برایتان بیشترین اهمیت را دارد.

مرحله سوم: تمام مشکلات و موانعی را که بر سر راه‌تان قرار دارند شناسایی کنید. در اسرع وقت بزرگ‌ترین مانع را مشخص و برنامه‌ای برای رسیدگی به آن و یا از میان برداشتن آن تنظیم کنید.

مرحله چهارم: افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی را که به همکاری آنها نیاز دارید تا بتوانید به هدف‌هایتان برسید شناسایی کنید و تعیین کنید آنها با کمک شما می‌توانند چه کاری انجام دهند. هر کسی که می‌خواهد به هدف‌های بزرگ دست پیدا کند باید از کمک و حمایت افراد بسیاری برخوردار باشد. آن افراد چه کسانی هستند؟

مرحله پنجم: دانش و مهارت‌هایی را که برای رسیدن به هدف‌هایتان به آنها نیاز دارید شناسایی کنید. به‌خاطر داشته باشید به گفته لس براون نویسنده کتاب «به رؤیاهای خود تحقق بخشید». «برای به‌دست آوردن چیزی که قبلاً هرگز نداشته‌اید باید تبدیل به کسی شوید که قبلاً هرگز نبوده‌اید.»

مهارتی را که می‌تواند بیشترین کمک را به شما بکند تا به بزرگ‌ترین هدف‌هایتان برسید انتخاب و برنامه‌ریزی کنید تا در اسرع وقت آن مهارت را کسب کنید.

مرحله ششم: پاسخ پنج مرحله اول را پیدا کنید و از آن برنامه‌ای برای اجرا طراحی کنید. برای این کار، فهرستی از اقداماتی که باید انجام دهید تا به هدف‌تان برسید تهیه کنید.

فهرست را براساس اولویت مرتب کنید. فعالیت‌های موازی و متوالی را نیز مرتب کنید. زمانی را برای هر بخش از برنامه‌تان تعیین کنید. کل برنامه را بنویسید و به‌طور مداوم آن را مرور کنید.

مرحله هفتم: به سرعت، اجرای برنامه‌تان را شروع کنید. هر روز کاری انجام دهید که شما را به سمت مهم‌ترین هدف‌تان سوق دهد. حتی یک روز را هم از دست ندهید. به گفته روبرت شولر: «اگر کارها را به بخش‌های بزرگ تقسیم کنید انجام دادن آنها مشکل می‌شود، اما اگر آنها را به بخش‌های کوچک تقسیم کنید، انجام دادن آنها ساده و آسان می‌شود.»

شروع کار

کاغذی بردارید و فهرستی از همه کارهایی که می‌خواهید ظرف سه تا پنج سال آینده انجام دهید تهیه کنید. تصور کنید که هیچ محدودیتی وجود ندارد. تصور کنید که در حال حاضر شما همه وقت، پول، دوستان، دانش، مهارت‌ها، استعدادها، منابع و فرصت‌های لازم را در اختیار دارید. اجازه دهید که افکار‌تان آزادانه جریان پیدا کنند.

سپس با فرض اینکه زندگی و منابع شما نامحدود است، هر چیزی را که می‌خواهید داشته باشید، هر کسی که می‌خواهید باشید و هر کاری را که می‌خواهید انجام دهید بنویسید. این فهرست گاهی شامل ۵۰ تا ۱۰۰ هدف می‌شود. وقتی فهرست را کامل کردید آن را مرور کنید.

سپس این سؤال جادویی را از خود بپرسید: «رسیدن به کدام یک از این هدف‌ها می‌تواند بیشترین اثر مثبت را در زندگی من داشته باشد؟» تقریباً همیشه یک هدف مالی وجود دارد که اگر به دست آید بیشتر از هدف‌های دیگر تأثیرگذار است.

وقتی مهم‌ترین هدف خود را پیدا کردید آن را روی کاغذ جداگانه‌ای بنویسید. سپس تاریخ سررسیدی برای آن تعیین و موانعی را که در سر راه‌تان وجود دارد شناسایی کنید. پاسخ‌هایتان را به صورت یک برنامه درآوردید و سپس برای اجرای آن برنامه اقدام کنید. با خود عهد کنید که از این لحظه به بعد هر روز کاری انجام می‌دهید که شما را به سمت هدف‌تان سوق دهد.

وقتی هر روز کارتان را برای رسیدن به هدف‌های روشن و مکتوب خود شروع می‌کنید، تعجب خواهید کرد که چقدر سریع زندگی‌تان بهتر می‌شود. و چقدر سریع به سمت اهداف‌تان حرکت می‌کنید. شاید مهم‌ترین ویژگی بارز یک رهبر بسیار کارآمد در هر زمینه‌ای «فعالیت‌مدار» بودن اوست. افرادی که دستاوردهای والایی دارند بیشتر فعالند تا منفعل. آنها فرماندهی و مسئولیت زندگی، مقاصد و هدف‌های سازمان خود را به‌عهده می‌گیرند و تبدیل به هدف‌های متحرک می‌شوند. آنها همیشه در حال حرکت و فعالیت هستند و سخت‌تر و سریع‌تر از دیگران کار می‌کنند و بنابراین بیشتر از دیگران نتیجه می‌گیرند.

بازنگری اصل هدف

مهم نیست در حال حاضر چه می‌کنید؛ همین امروز تصمیم بگیرید تا شفافیت و وضوح را درباره هدف‌هایتان در هر بخشی از زندگی گسترش دهید.

شما نمی‌توانید به سمت هدفی نشانه روید که آن را نمی‌بینید. هر چه شفافیت اهدافتان بیشتر باشد سرعت رسیدن به آنها نیز بیشتر خواهد شد و آنوقت است که شما «توقف ناپذیر» خواهید شد.