

۲۱ قانون انکارناپذیر رهبری

جان سی. مکسول

ترجمه مهدی قرچه داغی

چاپ ششم

نشر پیکان

تهران ، ۱۳۹۸

فهرست

- پیشگفتار ۱
- مقدمه ۳
۱. قانون درپوش ۷
- توانایی رهبری، میزان اثربخشی انسان را معین می‌کند
۲. قانون نفوذ ۱۹
- معیار راستین رهبری نفوذ است — نه بیشتر و نه کمتر
۳. قانون فرایند ۲۷
- رهبری روزانه رشد می‌کند، نه در یک روز.
۴. قانون جهت‌یابی ۳۷
- هر کسی می‌تواند کشتی را هدایت کند، اما برای ترسیم مسیر حرکت کشتی به رهبر نیاز است.
۵. قانون ای. اف. هاتون ۴۹
- وقتی رهبر حقیقی حرف بزند، پیروان گوش می‌دهند.
۶. قانون اساس استوار ۶۱
- اعتماد اساس رهبری است
۷. قانون احترام ۷۳
- مردم به طور طبیعی از رهبرانی پیروی می‌کنند که از خودشان قدرتمندتر باشند

۱۹. قانون زمان بندی ۲۰۱
 زمان رهبری کردن به همان اندازه چه کردن و به کجا رسیدن مهم است
۲۰. قانون رشد انفجاری ۲۰۷
 برای رشد بیشتر، پیروان را رهبری کنید برای چند برابر کردن رشد،
 رهبران را رهبری کنید
۲۱. قانون میراث ۲۱۷
 ارزش پر دوام رهبر را وارثان او رقم می زنند
- نتیجه گیری ۲۲۵
 همه چیز با رهبری اوج می گیرد و افول می کند

۸. قانون شم و شهود ۸۵
 رهبران همه چیز را بر اساس رهبری ارزیابی می کنند
۹. قانون مغناطیس ۹۹
 همه چیز بستگی به این دارد که چه کسانی را جذب می کنید
۱۰. قانون ارتباط ۱۰۹
 رهبران قبل از اینکه دست تقاضا به روی کسی دراز کنند، دل
 او را به دست می آورند
۱۱. قانون حلقه درونی ۱۱۹
 توانمندی رهبر را نزدیک ترین افراد به او مشخص می کنند
۱۲. قانون اختیار دادن ۱۳۱
 تنها رهبران توانمند به دیگران اختیار می دهند
۱۳. قانون بازآفرینی ۱۴۳
 رهبر است که می تواند رهبرسازی کند
۱۴. قانون پذیرش ۱۵۱
 مردم اول پذیرای رهبر می شوند و بعد بینشش را می پذیرند
۱۵. قانون پیروزی ۱۶۱
 رهبران برای پیروزی تیم خود راهی پیدا می کنند
۱۶. قانون تحرک ۱۷۵
 تحرک بهترین دوست رهبر است
۱۷. قانون اولویت ها ۱۸۳
 رهبران می دانند که فعالیت لزوماً موفقیت نیست
۱۸. قانون از خودگذشتگی ۱۹۱
 رهبر برای اینکه صعود کند باید از خودگذشتگی داشته باشد

هستند. آماده‌اند که آن‌ها را بردارید و به کار بگیرید تا به رؤیاهایتان تحقق بخشید و بر ارزش‌های دیگران بیفزایید. حتی اگر از یکی از این قوانین استفاده کنید، رهبر بهتری می‌شوید. همه این قوانین را بیاموزید تا دیگران با میل و رغبت از شما پیروی کنند.
حالا بیایید به اتفاق جعبه ابزار را باز کنیم.

۱

قانون درپوش

توانایی رهبری، میزان اثربخشی انسان را معین می‌کند

اغلب همایش‌هایم را با توضیح «قانون درپوش» شروع می‌کنم، زیرا به اشخاص کمک می‌کند به ارزش رهبری پی ببرند. اگر بتوانید این قانون را به خوبی درک کنید، تأثیر حیرت‌انگیز رهبری را در همه جنبه‌های زندگی خواهید دید. بنابراین لازم است که این مفهوم را توضیح بدهم: توانایی رهبری در حکم درپوشی است که میزان اثربخشی شخص را تعیین می‌کند. هرچه توانایی رهبری شخص کمتر باشد، از توانمندی‌های بالقوه‌اش کاسته می‌شود. هرچه توانایی رهبری بالاتر باشد، اثربخشی به همان نسبت افزایش پیدا می‌کند. اجازه بدهید مثالی بزنم. اگر توانایی رهبری شما در سطح ۸ باشد، اثربخشی‌تان هرگز نمی‌تواند از سطح ۷ فراتر رود. اگر توانایی رهبری شما در سطح ۴ باشد، اثربخشی‌تان از سطح ۳ بیشتر نخواهد شد. توانایی رهبری شما همیشه میزان اثربخشی و تأثیر بالقوه سازمان شما را مشخص می‌سازد.

اجازه بدهید با ذکر حکایتی قانون درپوش را بیشتر توضیح بدهم. در سال ۱۹۳۰ دو برادر جوان به نام‌های دیک و موریس از نیوهمپشایر

به کالیفرنیا اسباب‌کشی کردند تا رؤیای خود را تحقق بخشند. آن‌ها به تازگی دبیرستان را تمام کرده بودند و معتقد بودند اگر به شهرستان برگردند، فرصت‌های مناسب چندانی انتظارشان را نمی‌کشد. از این رو به هالیوود رفتند و سرانجام در یک استودیوی سینمایی شغلی گرفتند.

بعد از مدتی روحیه کارفرمایی و علاقه‌شان به صنعت سینما سبب شد در گلنیل، شهری در هفت هشت کیلومتری هالیوود، سالن تئاتری راه‌اندازی کنند. اما به رغم همه تلاش‌هایی که کردند، دو برادر نتوانستند سودی به دست آورند. در چهار سالی که سالن تئاتر را اداره کردند، حتی نتوانستند به اندازه‌ای پول درآورند که ماهی صد دلار کرایه سالن را بپردازند.

فرصتی جدید

میل دو برادر به موفقیت بسیار زیاد بود، از این رو مترصد یافتن فرصت‌های بهتر شدند. در سال ۱۹۳۷ سرانجام کاری را شروع کردند که مؤثر واقع شد. آن‌ها در پاسادنا، واقع در شرق گلنیل، رستوران کوچکی دایر کردند که اشخاص می‌توانستند با اتومبیل‌هایشان وارد آن شوند و غذا بخورند. مردم کالیفرنیا جنوبی به اتومبیل‌هایشان وابستگی فراوان پیدا کرده بودند. فرهنگ هم به طریقی خود را با این وضع تطبیق می‌داد.

در اوایل دهه ۱۹۳۰ رستوران‌های ماشین‌رو از شهرت و اعتبار فراوان برخوردار شدند. مشتریان به جای اینکه به سالن غذاخوری بروند و در آنجا پذیرایی شوند، با اتومبیل به محوطه پارکینگ رستوران می‌رفتند، سفارش غذا می‌دادند، و در اتومبیل خود غذا می‌خوردند. سریع‌تر انجام دادن همه کارها کم‌کم در جامعه جا می‌افتاد.

رستوران کوچک دیک و موریس با موفقیت چشمگیر رو به رو شد. دو

برادر در سال ۱۹۴۰ تصمیم گرفتند به شهر سن برناردینو بروند و در آنجا رستورانی باز کنند. این شهر کارگری در فاصله هشتاد کیلومتری شرق لس‌آنجلس واقع است. دو برادر بر فهرست غذاهای خود افزودند. حالا به جای اینکه تنها هات داگ و سیب‌زمینی سرخ‌کرده بفروشند، کباب گوساله، همبرگر، و غذاهای دیگر هم تولید کردند. کار و کاسبی‌شان به شدت گرفت. فروش سالانه آن‌ها به ۲۰۰/۰۰۰ دلار رسید. هر یک از دو برادر سالی ۵۰/۰۰۰ دلار سود خالص دریافت می‌کرد. این رقم کافی بود که در آن زمان آن‌ها را در ردیف نخبگان مالی شهر قرار بدهد.

در سال ۱۹۴۸ آن‌ها با شرم و فراست به این نتیجه رسیدند که زمانه دارد تغییر می‌کند. از این رو اصلاحاتی در کار رستوران‌داری خود به وجود آوردند. از جمله کارهایی که کردند این بود که ارائه غذا در اتومبیل‌ها را متوقف ساختند و تنها همبرگر تولید نمودند. استفاده از بشقاب‌های چینی، لیوان‌های شیشه‌ای، و کارد و چنگال فلزی را کنار گذاشتند و غذاهای خود را در ظروف کاغذی به مشتریان تحویل می‌دادند. با این کار از میزان هزینه‌های خود کاستند و قیمت غذاهایشان هم کاهش یافت. در ضمن به تحویل سریع غذا روی آوردند. آشپزخانه آن‌ها به خط تولید کارخانه‌ها شباهت پیدا کرد. هر یک از کارکنان در تولید غذا سهم معینی به عهده داشت. هدفشان این بود که غذای سفارش داده شده را در مدت ۳۰ ثانیه و یا کمتر ارائه کنند. در این کار موفق شدند. تا اواسط دهه ۱۹۵۰ درآمد سالانه رستوران به ۳۵۰/۰۰۰ دلار رسید. حالا دیک و موریس هر کدام سالانه ۱۰۰/۰۰۰ دلار سود خالص به دست می‌آوردند.

این دو برادر کی بودند؟ در آن روزگار اگر به رستوران کوچک آن‌ها در سن برناردینو می‌رفتید، این را متوجه می‌شدید. بر سر در رستوران آن‌ها با چراغ‌نئون این عبارت به چشم می‌خورد: همبرگر مک دونالد. دیک و