
فهرست

فصل اول // معرفي

فصل دوم // بازكاري

حقيقتي تازه ۱۵

فصل سوم // دور ريختني ها

دنياي واقعي را ناديدده بگيريد ۱۷

درس گرفتن از اشتباهات، گزافه گويي است ۱۸

برنامه ريزي يعني حدس ۱۹

گسترش چرا؟ ۲۰

اعتقاد به كار ۲۱

حرف درباره كار آفرينان كافي است ۲۲

فصل چهارم // حركت

در جهان تأثير بگذاريد ۲۵

نيازهاي خودتان را برطرف كنيد ۲۶

شروع به ساختن چيزي كنيد ۲۸

كمبود وقت عذر موجهي نيست ۲۹

يك خط روي شن بکشيد ۳۰

هدفنامه ها غيرممکن اند ۳۲

گرفتن سرمايه از ديگران آخرين گزينه است ۳۳

شما كمتر از آنچه فكر مي كنيد، احتياج داريد ۳۴

كسب و كار راه بياندازويد، نه يك استارت آپ ۳۶

در نظر گرفتن شكست، خود شكست است ۳۷

عظمت كمتر ۳۸

فصل پنجم // پيشرفت

محدوديت ها را در آغوش بگيريد ۴۱

نصف يك محصول را بسازيد، نه يك محصول ناقص ۴۲

۸۵	به پشت صحنه بروید
۸۶	هیچکس از گلهای مصنوعی خوشش نمی آید
۸۷	انتشارات مطبوعاتی = هرنامه ها
۸۸	مجله وال استریت را فراموش کنید
۸۹	مواد فروش ها تجارت را درک کرده اند
۸۹	بازاریابی یک حوزه کاری نیست
۹۰	افسانه ظهور یک شبه

فصل دهم // استخدام

۹۱	خودتان کار انجام دهید
۹۲	زمانی که مشکلی داشتید، نیرواستخدام کنید
۹۲	از افراد عالی بگذرید
۹۳	افرادی غریبه در میهمانی
۹۳	رزومه ها مسخره اند
۹۴	سالهای بی ربط
۹۵	تحصیلات رسمی را فراموش کنید
۹۶	همه کار می کنند
۹۶	مدیران تک رو استخدام کنید
۹۷	نویسندگان خوب را استخدام کنید
۹۸	بهترین افراد همه جا هستند
۹۹	کارمندان تان را آزمایش کنید

فصل یازدهم // کنترل خسارت

۱۰۱	اخبار بد را خودتان بگویید
۱۰۲	سرعت همه چیز را تغییر می دهد
۱۰۳	چگونه عذرخواهی کنید
۱۰۴	همه را در خط مقدم قرار دهید
۱۰۵	نفس عمیق بکشید

فصل دوازدهم // فرهنگ

۱۰۷	شما فرهنگی را نمی سازید
۱۰۷	تصمیمات موقتی اند
۱۰۸	افراد خبره را فراموش کنید
۱۰۹	آنها ۱۳ ساله نیستند
۱۱۰	ساعت پنج کارکنان را به خانه بفرستید
۱۱۰	با اولین بریدگی خراش ایجاد نکنید
۱۱۱	شبیبه خودتان باشید
۱۱۲	کلمات چهار حرفی

فصل سیزدهم // نتیجه گیری

۱۱۵	الهام فناپذیر است
-----	-------------------------

۴۳	با ضروریات شروع کنید
۴۴	در ابتدا جزئیات را نادیده بگیرید
۴۴	شروع به کار یعنی پیشرفت
۴۵	موزه دار باشید
۴۷	مشکل تان را کوچک کنید
۴۷	روی آنچه دائمی است تمرکز کنید
۴۸	لحن و صدا در انگلستان خودتان است
۴۹	محصولات فرعی تان را بفروشید
۵۰	هم اکنون اقدام کنید

فصل ششم // بهره‌وری

۵۳	توهم قرارداد
۵۴	دلایل ترک کار
۵۵	وقفه دشمن بهره وری است
۵۷	جلسات سمی اند
۵۸	فقط خوب بودن کافی است
۵۹	بردهای سریع
۶۰	قهرمان نباشید
۶۱	بخوابید
۶۲	برآوردهایتان بی فایده اند
۶۳	فهرست های بلند بالا کاری از پیش نمی برند
۶۴	تصمیمات کوچک بگیرید

فصل هفتم // رقبا

۶۷	کپی نکنید
۶۸	محصول تان را بی نظیر کنید
۶۹	مبارزه کنید
۷۰	کمتر هزینه کنید
۷۲	چه کسی اهمیت می دهد که دیگران چه می کنند؟

فصل هشتم // تکامل

۷۵	به صورت پیش فرض نه بگویید
۷۶	بگذارید مشتریان تان محصولات تان را رها کنند
۷۷	شور و شوق را با اولویت اشتباه نگیرید
۷۸	در خانه خوب باشید
۷۹	یادداشت نکنید

فصل نهم // ارتقا

۸۱	از ابهام استقبال کنید
۸۲	شنونده جمع کنید
۸۳	با آموزش رقبا را از دور خارج کنید
۸۴	از سرآشپزها تقلید کنید

فصل اول ::::: معرفی

ما حرفی نو دربارهٔ ساختن، اداره کردن و رشد دادن (یا ندادن) یک تجارت، داریم. این کتاب برپایهٔ نظریه‌های علمی نیست، بلکه بر مبنای تجربه است. ما بیشتر از ده سال است که در تجارت فعالیم. در این مدت با دورکود اقتصادی مواجه شدیم، نخست تغییر جهت ناگهانی روش تجارت، و پس از آن پیش‌دآوری‌های منفی و بدبینانه؛ که البته کسب و کار ما در تمام این مدت سودآور ماند.

شرکت ما یک شرکت کوچک بین‌المللی است که کارش ساخت نرم‌افزارهای سفارشی برای شرکت‌ها و گروه‌های کوچکی است که به دنبال انجام سریع و آسان کارهایند. بیش از سه میلیون نفر در جهان از محصولات ما استفاده می‌کنند. ما کارمان را در سال ۱۹۹۹ در قالب یک شرکت مشاوره اینترنتی سه نفره آغاز کردیم. در سال ۲۰۰۴ از سایر نرم‌افزارهای مدیریت پروژهٔ مربوطه راضی نبودیم، پس نرم‌افزار ویژه خودمان را طراحی کردیم: (بیسکمپ)^۱. زمانی که این ابزار به صورت آنلاین به مشتریان و همکاران معرفی شد، همهٔ آنها در یک نظر مشترک بودند: «ما نیز برای کار خود به چنین چیزی نیازمندیم.» پنج سال بعد، نرم‌افزار بیسکمپ، به سودآوری سالیانه پنج میلیون دلار رسید.

در حال حاضر کار ما فروش سایر ابزارهای اینترنتی نیز هست. (هایرایز^۲) نرم‌افزار مدیریت مخاطبین و نرم‌افزار ساده CRM (مدیریت ارتباط با مشتری^۳)، توسط ده‌ها هزار شرکت کوچک جهت پیگیری اسناد، معاملات و بیش از ده میلیون مخاطب مورد استفاده است.

1. Basecamp
2. Highrise
3. Customer relationship manager