ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

تلخيص / يوسف الهاجري

"القادة العظماء يفهمون القيمة الكامنة في الأشياء التي لا يراها غيرهم ."

سايمون سينك

الكيان الذي فهم لماذا يكون الشيء هو أكثر نجاحا من المعتمد على الافتراضات

لماذا تفعل ما تفعل؟

العصا والجزرة (التلاعب مقابل التحفيز) :

أساليب الترويج والتسويق وزيادة المبيعات:

جميع هذه الأساليب تنجح لجذب المال والعملاء والموظفين

لكن يجب ألا يكون رئيسيا في الممارسة وضرورة الانتقال للبديل.

منظور بديل :

الدائرة الذهبية : (لماذا - كيف - ماذا) :

ماذا تفعل؟ وصف المنتجات والخدمات والأعمال والمهام .

كيف؟ كيفية فعل ما يفعلون وكيفية الاختلاف .

لماذا؟ لماذا يفعل ما يفعله. (لا نعني كسب المال فهو نتيجة)

- الناس لا يشترون ما تصنعه ولكنهم يشترون سبب تصنيعه.
- معرفة الإجابة عن لماذا ليست الطريقة الوحيدة للنجاح لكنها الطريقة الوحيدة للحفاظ على النجاح الدائم .

@aboaadl2030 Aboaadl

ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

تلخيص / يوسف الهاجري

حقيقية بيولوجية:

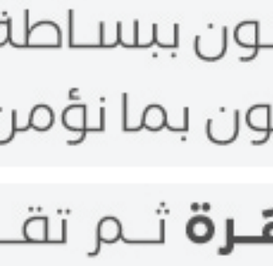
- **القشرة المخية الحديثة تتوافق** مع مستوى ماذا وهي مسؤولة عن التفكير المنطقي والتحليلي واللغة .
- **الدماغ الحوفي يشمل المنطقتان المتوسطتان** وهو المسؤول عن كل مشاعرنا مثل الثقة والولاء وسلوكيات الإنسان وصناعك القرار وليس به سعة للغة.
- **القرارات التي ترتبط بالجزء المنطقي دائماً** تنتهي إلى "فرط التفكير" وتأخذ وقتا طويلا وأقل جودة.
- **قرارات الحدس التي نتخذها** من الجزء الحوفي من الدماغ تميل لأن تكون أسرع وأعلى جودة.
- **الشركات التي تفشل في توصيل الإجابة** عن "لماذا" تجبرنا على اتخاذ قرارات باستخدام الدليل العملي فقط. (خالية من التحفيز).
- **الناس لا يشترون ما تنتجه** إنهم يشترون لماذا تنتجه؟!.

الوضوح والمنهج والتوافق:

1. لماذا الوضوح (الأسباب).
2. كيف المنهج (الطريقة).
3. ماذا التوافق (نتائج الأفعال).

نشأة الثقة :

- **تبدأ الثقة عندما يكون لدينا شعور** بأن ما يحرك الشخص الآخر أو المؤسسة أشياء غير المصلحة الذاتية.
- **ليس الهدف أن نعين أشخاصاً** يملكون ببساطة المهارات التي نحتاج إليها لكن الهدف هو أن نعين أشخاصا يؤمنون بما نؤمن به.
- **الشركات العظيمة لا توظف المهرة** ثم تقوم بتحفيزهم بل توظف المتحفزين ثم تقوم بإلهامهم.
- **الموظف الذي لديه حس الهدف** يشعر بالانتماء ويأتي للعمل لكي يكون جزءا أكبر من الوظيفة التي يؤديها.



ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

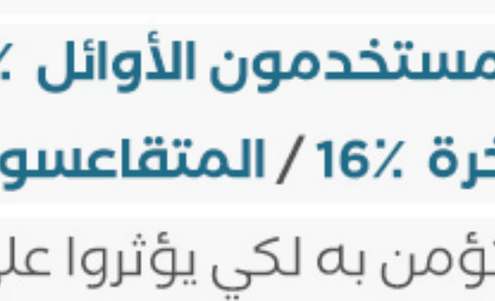
تلخيص / يوسف الهاجري

- **الشركات العادية تمنح موظفيها شيئاً** يعملون عليه والشركات الأعظم ابتكارا تمنح موظفيها شيئا يعملون من أجله.
- **القائد لا يتمثل في انتاج الأفكار الرائعة** بل في تهيئة بيئة تسمح بتوليد أفكار رائعة.
- **الثقة لا تأتي من السعي إلى إثارة إعجاب الجميع** بل من السعي إلى خدمة من يخدم المنظمة.

نقطة التحول:

- **تقسيم المجموعات السكانية الضرورية** " موصلين ومؤثرين " .
- **القانون: 2.5٪ / المبتكرون : 13.5٪ / المستخدمون الأوائل 34٪ الغالبية المبكرة 34٪ / الغالبية المتأخرة 16٪ / المتقاعسون .**
- **يجب العثور على أشخاص** يؤمنون بما تؤمن به لكي يؤثروا على الأغلبية .
- **ابحث عن المؤثرين** الذين يؤمنون بما تؤمن به.
- **القيام بتحفيز الشخص المؤثر** يعد تلاعبا ويجعل الشخص المؤثر غير مخلص لمجموعته.
- **تحدث عمّا** يؤمنون به (لماذا) .
- **مشاركة القيم والمعتقدات** سبب نجاحك وليس جودة منتجاتك فقط.

اعرف كيف تبدأ بـ (لماذا):



- **الطاقة تحفز وتثير** لكن الشخصية الجذابة تلهم.
- **القادة العظماء شخصياتهم جذابة** لوضوح مفهوم (لماذا) لديهم.
- **الشخصية الجذابة** تجلب الولاء.
- **ليس العمل الذي نقوم به** هو ما يلهمنا بل السبب الذي نأتي إلى العمل من أجله سر الإلهام الحقيقي.
- **لماذا: القائد / كيف: المديرون التنفيذيون / ماذا: بقية الموظفين وأفعالهم الجادة.**
- **" المتشاؤمون دائماً** على حق لكن المتفائلين هم من يغيرون العالم " توماس فريدمان
- **النجاح هو الثقة** بين أصحاب (لماذا) و (كيف).

@aboaadl2030 Aboaadl

ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

تلخيص / يوسف الهاجري

أصحاب (لماذا):

1. متفائلون
2. القوة
3. الخيال
4. رؤية ما لا يراه الآخرون (المستقبل)

أصحاب (كيف): معظم الناس

1. يعيش الواقع
2. وضوح في الأعمال
3. القدرة على بناء الهياكل والعمليات
4. الإنجاز في الأعمال

- **أفضل المديرين التنفيذين من أصحاب نمط (لماذا)** لكي تكون قيادتهم نحو الهدف وليس لإدارة شركة.
- **الموهوبون من نمط (كيف)** يمكن يحققوا نجاحا طوال حياتهم لكن في إدارة شركاتهم.
- **القادة من نمط (لماذا) يلهمون الجميع** ببدء الحركة والمؤمنون سوف يحدثون التغيير الحقيقي ويحافظون على التقدم.
- **كل ما تفعله وتقوله المنظمة** يوصل رؤية القائد (لماذا) إلى العالم الخارجي.
- **ما تقوله وما تفعله المنظمة** يمثل الوسائل التي تتحدث عنها من خلالها.
- **المنتجات والخدمات تكسب عملاء** لكن لا تحقق ولاء لوحدها .
- **إذا كان مفيداً لهم.. سوف يكون مفيداً لنا** مقولة غير صحيحة على إطلاقها ما يناسبهم ليس شرطا يناسبني والعكس .
- **افعل الأشياء الصحيحة** لك إذا كان لديك (لماذا) واضحة .
- **مع إعلان (لماذا) بوضوح في المنظمات** يستطيع أي فرد داخلها يتخذ قراراً دقيقا فهو فلتر تنقية لصناعة القرار.
- **إذا كان مفهوم (لماذا) غامضاً** في الداخل فلن يكون واضحا في الخارج أبدا.
- **دراسة على رواد الأعمال الذين حققوا الأهداف المالية** فقط ٪20 منهـم يشعرون بالنجاح والبقية ٪80 حققوا أهدافهم ولم يشعروا بالنجاح.

ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

تلخيص / يوسف الهاجري

التحدي الأكبر هو النجاح

- **" المال لا يشتري السعادة** لكنه يدفع ثمن اليخت الذي يقربنا من السعادة **".**
- **كثير من رواد الأعمال يعرفون** ماذا فعلوا وكيف فعلوا ذلك والكثير لم يعد يعرف (لماذا).
- **الإنجاز مطلب ومهم** والنجاح هو الشعور.
- **القادة العظماء تكون الدائرة الذهبية** متوازنة ويسعون إلى السبب وراء (لماذا).
- **الفجوة بين ما هو مادي وما هو غير مادي** هي ما تحدث الانفصال ويصبح ما نفعله ولماذا وماذا نفعله غير متوافقتين.
- **فرق بين أن تكون ناجحاً (منجزاً)** مقابل الشعور بأنك ناجح (راضي).
- **الحماس وحده لا يكفي** بل لابد من وجود هيكل وخطة.
- **حجم مكبر صوت المنظمة كلما ازداد** كانت الرسالة المنقولة من خلاله واضحة.
- **ليس التحدي هو التشبث بالقائد** بل إيجاد وسائل فعالة للحفاظ على الرؤية الأساسية حية إلى الأبد.
- **للاستمرار في الاستلهام لابد من استخلاص مفهوم** (لماذا) الخاص بالمنظمة أو المؤسس ليتم دمجه في ثقافة الشركة.
- **" مايتم قياسه يتم إنجازه "** جاك دالي.
- **عندما يستطيع الناس الإشارة إلى شركة ما والتعبير بوضوح** عما تؤمن به الشركة واستخدام كلمات غير السعر والجودة والخدمة والمواصفات يكون هذا دليلا على أن الشركة اجتازت الانفصال بنجاح وعندما يصفونها مع كلمات عميقة مؤثرة مثل "الحب" تكون علامة أكيدة على الوعي الواضح بمفهوم لماذا.
- **غياب (لماذا) أو عدم وضوحها عند المديرين التنفيذيين** سيطبق رؤيته بدون اعتبار للسبب الذي يلهم أساسا ويعمل القائد ضد ثقافة الشركة بدلا من قيادتها أو البناء عليها.
- **غياب لماذا أو عدم وضوحها ينتج عنه تقلص الروح المعنوية** والهجرة الجماعية والأداء السيء والتحول البطيء والثابت إلى ثقافة انعدام الثقة وأن كل شخص يعمل لمصلحته.
- **التعاقب الناجح ليس مجرد اختيار شخص** يمتلك مهارات ملائمة بل إيجاد شخص يتوافق مع السبب الأصلي الذي أنشئت بأجله المنظمة.
- **قانون الانتشار:** (أين يتحدث العملاء في المنحنى عن المنظمة في (لماذا) وليس كيف وماذا).

ابدأ بـ لماذا

سايمون سينك

كيف يلهم القادة الرائعون الجميع للمبادرة؟!

تلخيص / يوسف الهاجري

اكتشف (لماذا)

- **معرفة لماذا لا تأتي من التطلع للأمام** ولا بحث السوق والعملاء والموظفين بل من اكتشاف إلى الوراء.
- **الالتزام بثقة الفرد في حدسه** وأن يظل مخلصاً لهدفه وسببه ومعتقده هو الأكثر صعوبة من الفهم الواضح لماذا.
- **إن تعلم (لماذا) الخاصة بالمنظمة** يبدأ دائماً بشيء واحد : أنت.
- **التكوين البيولوجي المتحكم في سلوك الإنسان** والدائرة الذهبية متصلان على نحو مثالي (لماذا - كيف - ماذا) .
- **"إذا فكرت في أنك تستطيع أو فكرت أنك لا تستطيع فأنت محق"** هنري فورد
- **"عندما تلهم الناس بأن يفعلوا الأشياء التي تلهمهم** نستطيع معاً أن نغير العالم" سايمون سينك
- **الرؤية هي أن يعرف كل الأفراد وكل المؤسسات (لماذا)** الخاصة بهم واستخدامها للاستفادة في كل ما يفعلون.

المنافسة الجديدة

- **إذا تتبعت (لماذا) الخاصة بك** فسوف يتبعك الآخرون.
- **"عندما تنافس الجميع لا أحد يرغب بمساعدتك** لكن عندما تنافس نفسك يرغب الجميع في مساعدتك". سايمون سينك

ختـــام

ابدأ من لماذا ... ستكون القرارات أسهل والإخلاص أعظم والثقة عالية ويسود التفاؤل ويزدهر الابتكار ونستطيع تغيير العالم.

اختصارك
كتابك.. باختصارك

لمشاهدة جميع ملخصات الهاجري

@aboaadl2030 Aboaadl