

خُسامِ کُفُودِ حورِ مَهِ
وَمَا شَمَدِه
کِ دِلِ رُناشِ حَسِ مِردِ ادرِاه

افسونگری

این کتاب را بخوانید تا شرکتی افسونگر،
مانند اپل، خلق کنید

نویسنده:

گای کاوازاکی

مترجم:

امیرحسین قادری عابد

سینا
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

کتاب افسونگری ترجمه‌ای است از:

Enchantment

Guy Kawasaki

افسونگری

نویسنده: گای کاوازاکی

مترجم: امیرحسین قادری عابد

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:

محمد کیانی

طراحی جلد و صفحه‌ها: آتلیه‌ی شرکت سیته

مدیر اجرایی: فیروزه یآوری



حسین رسولی

ویراستار:

مجید اسماعیلی

صفحه‌آرایی:

سیته

ناشر:

چاپ دوم: پاییز ۱۳۹۷

چاپ نخست: زمستان ۱۳۹۱

۱۰۰۰ نسخه

۲۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-600-5253-48-1

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۴۸-۱

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com

| | |
|---------------------|---|
| سرشناسه | : کاوازاکی، گای، ۱۹۵۴ - م. |
| عنوان و نام پدیدآور | : افسونگری: این کتاب را بخوانید تا شرکتی افسونگر، مانند اپل، خلق کنید/ نویسنده گای کاوازاکی؛ مترجم امیرحسین قادری‌عابد؛ ویراستار حسین رسولی. تهران: سیته، ۱۳۹۷. |
| مشخصات نشر | : ۲۷۰ ص: مصور، جدول، نمودار. |
| مشخصات ظاهری | : ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۴۸-۱ |
| شابک | : فیپا |
| وضعیت فهرست نویسی | : عنوان اصلی: Enchantment : the art of changing hearts, minds, and actions, 2011. |
| یادداشت | : یادداشت |
| موضوع | : چاپ دوم. |
| موضوع | : اقناع (روانشناسی) -- جنبه‌های مذهبی |
| موضوع | : اقناع (روانشناسی) |
| موضوع | : تاثیر (روان‌شناسی) |
| موضوع | : بازاریابی -- جنبه‌های روان‌شناسی |
| موضوع | : مدیریت -- جنبه‌های روان‌شناسی |
| شناسه افزوده | : قادری، امیرحسین، ۱۳۶۷ - ، مترجم |
| شناسه افزوده | : رسولی سلوط، حسین، ۱۳۵۷ - ، ویراستار |
| رده بندی کنگره | : HD۳۰۳/ک۲۵الف۱۳۹۱ |
| رده بندی دیویی | : ۶۵۸/۸۰۰۱۹ |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۲۷۳۲۳۰۴ |

برخی افراد وقتی به جایی می‌روند
موجب شادی می‌شوند و برخی دیگر
وقتی جایی را ترک می‌کنند.
اسکار وایلد

سخن ناشر

چگونه قلب مخاطبان‌تان را افسون کنید؟
اگر نیاز دارید مردم را افسون کنید، حتماً در حال انجام دادن کار مهمی
هستید و اگر در حال انجام دادن کار مهمی هستید، حتماً به افسونگری نیاز
خواهید داشت.
هر اندازه اهداف شما بزرگ‌تر باشند، بیشتر به تغییر دادن قلب، ذهن و
اقدامات مردم نیازمند خواهید بود.
در این راه باید متوجه باشید که افسونگری یک فرآیند است، نه یک اتفاق.
افسونگری کاوازاکی - یکی از مدیران ارشد اپل - روش‌هایی را به شما
می‌آموزد تا بتوانید افراد یا محیط اطراف خود را تحت تأثیر قرار دهید.
افسونگری برای کسانی است که زندگی را به شکلی می‌بینند که می‌تواند
باشد، نه به شکلی که نمی‌تواند. این افراد چیزی را به بازار عرضه می‌کنند؛
یک محصول، خدمت، سازمان یا ایده‌ای که می‌تواند دنیا را به مکانی بهتر
تبدیل کند. آنان باور دارند که در دنیای رسانه‌های انبوه، رسانه‌های اجتماعی
و رسانه‌های تبلیغاتی به چیزی فراتر از یک رابطه‌ی آنی، سطحی و موقتی نیاز
است تا هر کاری به خوبی انجام پذیرد. آنان می‌دانند که باید قلب مخاطبان‌شان
را افسون کنند و می‌دانند چرا به افسونگری نیاز دارند.
با مطالعه‌ی این کتاب شما هم خواهید آموخت تا به کمک افسونگری

محصول، خدمت، سازمان یا ایده‌ی خود را به موفقیت برسانید.
برای شروع باید بدانید که چرا مردم افسون می‌شوند، چه نیازهایی دارند، چگونه به آن‌ها توجه می‌کنند و این که چگونه می‌توانید دوست‌داشتنی باشید. ولی دوست داشتن به تنهایی کافی نیست، پس باید بدانید که چگونه مورد اعتماد مردم قرار بگیرید و چگونه چیزهایی را خلق کنید که قابلیت افسونگری داشته باشند و...
کتابی که پیش رو دارید، بسیار خواندنی، کاربردی و لذت‌بخش است.
بخوانید و لذت ببرید.

با آرزوی موفقیت

شاهین ترکمن

برای همسر، بٹ
و چہار فرزند، نیک، نوآ، نوئی و نیت
به پاس افسون‌هایی که هر روز در حقم روا می‌دارند
- گای کاوازاکی، نویسنده -

ترجمه‌ای تقدیم به پدر و مادر عزیزم
- امیرحسین قادری عابد، مترجم -

فهرست

خرید کتاب، کار خوب‌بست؛ به این شرط که بتوان زمانی را هم به مطالعه‌ی آن اختصاص داد. اما عموماً، خرید کتاب با فهم محتویات آن اشتباه گرفته می‌شود.
- آرتور شوپنهاور -

| | |
|----|--|
| ۹ | مقدمه |
| ۹ | داستان من |
| ۱۲ | سفر ما |
| ۱۶ | بیایید کار را آغاز کنیم |
| ۱۷ | فصل اول: چرا به افسونگری نیاز داریم؟ |
| ۱۷ | افسونگری چیست؟ |
| ۱۹ | چه هنگام به افسونگری نیاز داریم؟ |
| ۲۰ | مردم به چه فکر می‌کنند؟ |
| ۲۱ | مرز میان اقدامات اخلاقی و اقدامات غیراخلاقی کجاست؟ |
| ۲۳ | بیان مثال‌ها و چگونگی استفاده از این کتاب |
| ۲۴ | داستان‌های شخصی |
| ۲۵ | داستان شخصی من، نوشته‌ی اریک داوسون |

- ۲۷ فصل دوم: چگونه می‌توانیم دوست‌داشتنی باشیم؟
- ۲۷ خوش‌برخورد باشید
- ۲۹ لباس متعارف و مناسبی بر تن کنید
- ۳۱ دست دادن با دیگران را به شکلی استادانه انجام دهید
- ۳۳ از کلمات مناسب استفاده کنید
- ۳۴ دیگران را بپذیرید
- ۳۵ به مردم نزدیک شوید
- ۳۷ ارزش‌های خود را به دیگران تحمیل نکنید
- ۳۸ احساسات خود را دنبال و آن‌ها را منعکس کنید
- ۴۰ علائق و احساسات مشترک را پیدا کنید
- ۴۱ موقعیت‌های برنده - برنده ایجاد کنید
- ۴۲ پیش‌فرض خود را مبنی بر موافقت با دیگران قرار دهید
- ۴۳ داستان شخصی من، نوشته‌ی فران شی
-
- ۴۷ فصل سوم: چگونه می‌توانیم مورد اعتماد واقع شویم؟
- ۴۷ به دیگران اعتماد داشته باشید
- ۴۸ مثل یک انسان اصیل رفتار کنید
- ۵۱ منافع خود را خیلی صریح بیان کنید
- ۵۱ بخشش را به علل درونی و فطری انجام دهید
- ۵۲ به دنبال کسب دانش و شایستگی باشید
- ۵۴ خودتان را نشان دهید
- ۵۵ کیک بزرگ‌تری بپزید
- ۵۶ افراد را با شرایط مورد نظر خودشان افسون کنید
- ۵۷ جایگاه خود را مشخص کنید
- ۵۸ یک قهرمان باشید
- ۶۰ داستان شخصی من، نوشته‌ی تونی مورگان

- ۶۳ فصل چهارم: چگونه خود را آماده کنیم؟
- ۶۳ کاری عالی انجام دهید
- ۶۷ یک پیش‌آزمون برگزار کنید
- ۶۸ خودتان را برای موفقیت آماده کنید
- ۷۰ پیام را کوتاه، ساده و قابل فهم کنید
- ۷۴ موانع را از میان بردارید
- ۷۷ یک گزینه‌ی مفروض فراهم آورید
- ۷۹ هدف‌گذاری کنید
- ۸۰ چک‌لیستی از اهداف تهیه کنید
- ۸۲ داستان شخصی من، نوشته‌ی مایک استیونز
-
- ۸۵ فصل پنجم: چگونه کار معرفی و عرضه را انجام دهیم؟
- ۸۵ یک داستان تعریف کنید
- ۸۸ مردم را غوطه‌ور سازید
- ۹۲ امکان‌وارسی پیشنهاد را بهبود دهید
- ۹۳ بستر را آماده کنید
- ۹۴ دانه‌های زیادی بکارید
- ۹۶ از مردم بپرسید که چه خواهند کرد
- ۹۷ تعداد گزینه‌ها را کاهش دهید
- ۹۸ تعداد گزینه‌ها را افزایش دهید
- ۹۹ نکات برجسته را با مثال نشان دهید
- ۱۰۰ ابتدا خواسته‌ای بزرگ و سپس درخواستی کوچک مطرح کنید
- ۱۰۲ به دنبال اولین پیرو باشید
- ۱۰۳ داستان شخصی من، نوشته‌ی مت ماورر
-
- ۱۰۳ فصل ششم: چگونه بر مقاومت‌ها غلبه کنیم؟
- ۱۰۳ چرا مردم بی‌میل هستند؟
- ۱۰۶ پذیرش عمومی ایجاد کنید

- ۱۱۰ احساس شایع بودن ایجاد کنید
- ۱۱۱ احساس کمیابی ایجاد کنید
- ۱۱۴ جادوی خود را به مردم نشان دهید
- ۱۱۵ یک نمونه پیدا کنید
- ۱۱۹ راهی برای توافق پیدا کنید
- ۱۲۱ یک نقطه‌ی روشن پیدا کنید
- ۱۲۳ یک برچسب الصاق کنید
- ۱۲۴ از یک مجموعه داده برای تغییر نگرش‌ها استفاده کنید
- ۱۲۷ متحمل یک بدهی شوید
- ۱۲۸ تمام افراد بانفوذ را افسون کنید
- ۱۳۱ خودتان چارچوب رقابت را مشخص کنید
- ۱۳۲ احساسات هیپتیکی را کنترل کنید
- ۱۳۳ چارلی را به خاطر بسپارید
- ۱۳۴ داستان شخصی من، نوشته‌ی ریچارد فاوال

- ۱۳۷ فصل هفتم: چگونه افسونگری را پایدار نگه داریم؟
- ۱۳۸ برای درونی‌سازی تلاش کنید
- ۱۳۹ افراد باایمان را جدا کنید
- ۱۴۰ پیاده‌سازی را به سطوح پایین واگذار کنید
- ۱۴۲ از روش‌های فطری استفاده کنید
- ۱۴۴ از شیوه‌ی مقابله به مثل استفاده کنید
- ۱۴۷ به تعهد و ثبات سرعت ببخشید
- ۱۴۹ یک اکوسیستم ایجاد کنید
- ۱۵۴ تیم خود را متنوع کنید
- ۱۵۶ اشاعه‌پذیری را بهبود دهید
- ۱۵۸ داستان شخصی من، نوشته‌ی کریس آنتونی

- ۱۵۹ فصل هشتم: چگونه از فناوری‌های پیش‌ران استفاده کنیم؟
- ۱۶۰ اصول عمومی
- ۱۶۴ ارائه‌ها و سخنرانی‌ها
- ۱۷۳ نامه‌ی الکترونیکی
- ۱۷۶ توئیتر
- ۱۷۷ داستان شخصی من، نوشته‌ی گار رینولدز
-
- ۱۸۷ فصل نهم: چگونه از فناوری‌های جذب‌کننده استفاده کنیم؟
- ۱۸۷ سایت‌ها و وبلاگ‌ها
- ۱۹۲ فیس‌بوک
- ۱۹۶ لینکد-این
- ۱۹۹ یوتیوب
- ۲۰۴ به شیوه‌ی ژاپنی فکر کنید
- ۲۰۶ داستان شخصی من، نوشته‌ی مریل اوانز
-
- ۲۰۹ فصل دهم: چگونه کارمندان خود را افسون کنیم؟
- ۲۰۹ ایجاد تسلط، استقلال و هدفمندی
- ۲۱۱ کارمندان را توانمند کنید تا کار درست را انجام بدهند
- ۲۱۲ نتایج خود و نیات دیگران را مورد قضاوت قرار دهید
- ۲۱۲ اول به کاستی‌های خودتان اشاره کنید
- ۲۱۳ کنار بیایید
- ۲۱۵ از کارکنان کاری را نخواهید که خودتان حاضر به انجامش نیستید
- ۲۱۶ موفقیت‌ها را جشن بگیرید
- ۲۱۸ یک وکیل مدافع شیطان پیدا کنید
- ۲۱۹ به حرف‌های برادرانه‌ی باب گوش دهید
- ۲۲۱ به کارمندانتان بگویید که به آن‌ها نیاز دارید
- ۲۲۱ چگونه افراد داوطلب را افسون کنیم؟
- ۲۲۳ داستان شخصی من، نوشته‌ی میلن لوب دوترا

| | |
|-----|--|
| ۲۲۵ | فصل یازدهم: چگونه رئیس خود را افسون کنیم؟ |
| ۲۲۵ | کاری کنید که ریاستان خوب به نظر برسد |
| ۲۲۶ | همه چیز را رها کنید و فقط به کاری بپردازید که ریاستان می خواهد |
| ۲۲۷ | کمتر قول بدهید و کار بیشتری ارائه کنید |
| ۲۲۸ | کار خود را نمونه سازی کنید |
| ۲۲۹ | میزان پیشرفت را نشان دهید و اطلاع رسانی کنید |
| ۲۳۰ | دوستی ها را شکل دهید |
| ۲۳۱ | از ریاستان درخواست راهنمایی کنید |
| ۲۳۲ | خبرهای بد را هرچه زودتر به اطلاع رئیس برسانید |
| ۲۳۳ | داستان شخصی من، نوشته ی دیوید استاکول |
| ۲۳۵ | فصل دوازدهم: چگونه در مقابل افسونگری مقاومت کنیم؟ |
| ۲۳۵ | از موقعیت های وسوسه انگیز اجتناب کنید |
| ۲۳۶ | به آینده ی دور فکر کنید |
| ۲۳۷ | محدودیت های خود را بشناسید |
| ۲۳۸ | از برجستگی های دروغین، داده های دروغین و متخصصان دروغین بر حذر باشید |
| ۲۴۰ | اسیر یک نمونه نشوید |
| ۲۴۱ | جماعت را به مبارزه بطلبید |
| ۲۴۳ | تصمیمات قبلی را ردیابی کنید |
| ۲۴۴ | اجازه دهید در موارد کم هزینه و ناچیز، شما را افسون کنند |
| ۲۴۵ | یک چک لیست بسازید |
| ۲۴۶ | داستان شخصی من، نوشته ی تیور کروسکا |
| ۲۴۹ | جمع بندی |
| ۲۵۰ | داستان شخصی من، نوشته ی کیتی پارسانکو |
| ۲۵۹ | مراجع و کتاب های برگزیده |
| ۲۶۳ | درباره ی جلد کتاب |

مقدمه

دشواری در یافتن ایده‌های جدید نیست، بلکه در فرار از ایده‌های قدیمی است؛ ایده‌هایی که در ذهن اغلب ما ریشه دوانده و به تمامی نقاط آن رسوخ کرده‌اند.
- جان می‌نارد کینز^۱ -

داستان من

تابستان سال ۱۹۸۳ بود که من برای اولین بار یک کامپیوتر مکینتاش^۲ را دیدم؛ یعنی درست شش ماه قبل از این که بقیه‌ی مردم دنیا آن را ببینند. مایک بویچ^۳ آن کامپیوتر را پشت یک ساختمان اداری یک طبقه در کالیفرنیا به من نشان داد. بویچ در آن زمان یک تبلیغ‌کننده‌ی نرم‌افزار در بخش مکینتاش شرکت اپل^۴ بود و من یک جواهرساز ساده بودم که در کارخانه‌ی جواهرسازی کوچکی در خارج از لس آنجلس کار می‌کردم. کامپیوتر مکینتاش فقط یک شایعه بود و تنها دلیلی که باعث شد من خیلی زود آن را ببینم، این بود که

1. John Maynard Keynes
2. Macintosh
3. Mike Boich
4. Apple

بویج، هم اتاقی من در دانشگاه بود.

در آن زمان، «کامپیوتر شخصی» یک واژه‌ی ترکیبی متناقض به حساب می‌آمد. چون اکثر کامپیوترها به ۵۰۰ شرکت برتر مجله‌ی فورچون^۱، دانشگاه‌ها و دولت‌ها تعلق داشتند. اگر خوش شانس بودید، فقط می‌توانستید یک کامپیوتر شخصی IBM یا اپل مدل IIe داشته باشید. این مدل‌ها حروف بزرگ و کوچک را نمایش می‌دادند و شما می‌توانستید به وسیله‌ی کلیدهای مکان‌نما در صفحه‌ی نمایش حرکت کنید. اکثر مردم دنیا از ماشین تحریر سلکتریک IBM استفاده می‌کردند و فقط عده‌ای از افراد خوش اقبال، به مدلی دسترسی داشتند که دارای نوار تصحیح بود.

اولین باری که مکینتاش را دیدم، دومین لحظه‌ی افسونگرانه‌ی مهم در زندگی من بود (مهم‌ترین لحظه‌ی افسونگرانه زمانی بود که همسر من را ملاقات کردم). ملاقات من با مکینتاش، غبار را از چشمانم پاک کرد و ابرها را پراکنده ساخت و باعث شد تا صدای آواز فرشتگان را بشنوم.

بیاید به زمانی برگردیم که دو ویژگی خاص، مکینتاش را به یک سیستم فوق‌العاده تبدیل کرده بودند. اولین ویژگی، توانایی نمایش اشکال متحرک بود. اندی هرتزفلد^۲ جادوگر بخش نرم‌افزاری مکینتاش، برنامه‌ای خلق کرده بود که به وسیله‌ی جهش در پوش‌نوشابه‌های پپسی، این قابلیت را به تصویر می‌کشید. استیو جابز^۳ از برنامه‌ی اندی استفاده کرد تا جان اسکالی^۴، مدیرعامل پپسی را متقاعد سازد که از فروش «آب شیرین شده» دست بردارد و به شرکت اپل ملحق شود. شاید این برنامه در زمان کنونی، خیلی ساده به نظر برسد اما در آن زمان، پرش تصاویر در پنجره‌ها یک جادو به حساب می‌آمد.

1. Fortune 500 Companies
2. Andy Hertzfeld
3. Steve Jobs
4. John Sculley