

خلاصه کتاب

چرایی خود را پیدا کنید

نویسندگان: سایمون سینک، دیوید مید، پیتر داکر

خلاصه شده توسط: هانیه مجیدی

تهیه شده توسط تیم آموزشی رایینز



همه ما آدم‌ها چرایی هدف و انگیزه‌ای داریم که منشأ شور و شوق ما است اگر می‌خواهید چراییتان را درک کنید این کتاب به شما کمک می‌کند.

فصل ۱ با چرا شروع کنید.

در این کتاب از مفهوم دایره طلایی سایمون سینک استفاده می‌کنیم. هر سازمان و حرفه شخصی در سه سطح عمل می‌کند چيستی چگونگی چرایی.



معمولاً در ایجاد یک معامله چيستی و چگونگی انجام کار را به مشتری توضیح می‌دهیم. اما این باعث وفاداری آنها نمی‌شود چون وفاداری و ارتباط ماندگار بر مبنای چیزهای عمیق‌تری اند. شروع با چرایی ارزش عمیق‌تر و در نهایت تاثیرگذاری بیشتری دارد. برای درک اینکه چه چیزی به ما انگیزه می‌دهد، چرایی مسئله را عمیق‌تر بررسی می‌کنند.

شرکت‌های الهام بخش این حس را به ما می‌دهند که در حال انجام دادن کاری بزرگ هستیم. اما بیان احساسات در قالب کلمات دشوار است اما زمانی که از نظر احساسی با مراجعین در یک سطح هستیم این رابطه نسبت به هرگونه رابطه‌ای بر اساس مزایا؛ قدرتمندتر خواهد بود. می‌توانیم یاد بگیریم که کلمات را وارد احساسات کنیم. بعد از اینکه به چراییتان پی بردید می‌توانید به وضوح بیان کنید چه چیزی به شما حس رضایت می‌دهد و محرک رفتارتان است. در این حالت می‌توانید برای کسب و کار و زندگیتان تصمیمات عامدانه بگیرید و الهام بخش دیگران باشید تا به شما بپیوندند.

در عمل چرایی به چه شکل است؟

ابزارها برای اهداف مختلفی قابل استفاده‌اند چرایی ما نیز ابزاری همه کار است که کاربردهای کوچک و بزرگ دارد. با استفاده از آن می‌توانید تصمیم‌هایتان را سریع‌تر و با قاطعیت بگیرید. برای ایجاد یک حرفه یا کسب و کار می‌توانیم با هدف در زندگی پیش برویم، چرایی مان را بدانیم و مستقیم به جاهایی برویم که همخوانی داریم.

چرایی در سطح کلان و خرد وجود دارد. شرکتی که چرایی دارد هر بخش و هر فرد و تیمش چرایی دارند. چرایی این فرصت را به ما می‌دهد که مطمئن شویم فرد مناسب در بخش مناسب در شرکت مناسب کار می‌کند. ابزارها به ما کمک می‌کنند تا آمار موجودی شرکت را داشته باشیم ولی ابزاری که به ما کمک می‌کند تناسب فرهنگی

یک کارمند و تلاش داوطلبانه او یا اعتماد مشتریان به شرکت را اندازه بگیریم چرایی است که برای استخدام تدوین راهبرد و ارتباط شفافتر کاربرد دارد و می‌تواند به تعیین چشم اندازی برای الهام بخشی افراد کمک کند.

فصل ۲ چراییان را کشف کنید.

کار کردن دنیای سختی دارد پس چرا باید با تلاش برای درک چرایی کاری که انجام می‌دهید وقتتان را تلف کنید؟ پاسخ این است که بدون توجه به جایگاه شغلی که دارید، کشف چرایی شوق را کارتان اضافه می‌کند و به موفقیت بلند مدت و رضایت بخش کمک می‌کند. اگر کارآفرین هستید با کشف چرایی می‌توانید ویژگی منحصر به فرد شرکتتان را برای کارکنان و مشتریان بیان کنید اگر کارمندید کشف چرایی روح تازه‌ای به شما می‌دهد و اگر قرار باشد مسیر شما از آن شرکت جدا شود درک واضح چرایی ابزار ارزشمندی برای کمک در انتخاب شغل بعدی برای موفقیت بیشتر است.

رویکردمان برای کشف چرایی را به سه فصل تقسیم کرده‌ایم اگر بنیانگذار کارآفرین یا کارمند هستید باید از فرایند انفرادی کشف چرایی استفاده کنید. اگر بخشی از تیم گروه یا واحد کاری درون سازمان بزرگتر یا به دنبال کشف چرایی کل سازمان هستید از رویکرد قبیله استفاده کنید. اکنون به گام‌های اساسی پردازیم که همه باید دنبال کنند.

گام ۱ گردآوری داستان‌ها و به اشتراک گذاشتن آنها

برای افراد چرایی در اواخر دوره نوجوانی به طور کامل شکل می‌گیرد و برای کشف آن باید بهترین خاطراتمان را کنار هم بگذاریم و با بررسی آنها به ارتباطاتی برسیم. برای قبایل هم چرایی از گذشته نشئت می‌گیرد. خاطره‌ها هرچه مشخص‌تر باشند. بهتر است که بتوانید داستان‌های بیشتری را به یاد آورید داده‌های بیشتری را جمع می‌کنید و راحت‌تر می‌توانید مضامین تکرار شونده را ببینید. حداقل ۱۰ مورد از خاطره‌های مشخص و تاثیرگذار را به یاد آورید و سپس ۵ یا ۶ مورد که بیشترین تفاوت را در زندگیتان ایجاد کرده‌اند انتخاب کنید و آن‌ها را با بیشترین جزئیاتی که می‌توانید به اشتراک بگذارید. توصیه می‌شود برای کشف چرایی در سطح فردی از کسی کمک بگیرید و در سطح قبیله با یک تسهیلگر همکاری کنید.

گام ۲ شناسایی مضامین

همانطور که داستان‌هایتان را غربالگری می‌کنید مضامین شروع به پدیدار شدن می‌کنند. یعنی رهیافت‌هایی که شاید پیش‌تر هرگز ابرازشان نکرده‌اید. در این فرایند چند تکه از این خاطرات درخشان‌تر از بقیه به نظر می‌رسند به قدری که می‌گویید «این هویت منه» این مضامین به پایه و اساس بیانیه ی چرایی‌تان تبدیل می‌شوند.