



راز های موفقیت شرکت اپل

استیو جابز؛ کسی است که هنر و شخصیتش به تعریف نسل جدیدی از تکنولوژی و دگرگونی جهان کمک کرده است. این شخص صاحب شرکت افسانه‌ای است که همه ما می‌شناسیم؛ شرکت اپل و این شرکت کامپیوترهای شخصی، سخت افزار و نرم افزارهای خودش را خود به تنهایی تولید می‌کند .

این مرد با انرژی نامحدود و شخصیت کاریزماتیک و گیرای خود یک مدیر جذاب و منحصر به فرد به شمار می‌آید. حتی هنگامی که سعی می‌کند خیلی معمولی و عادی صحبت کند، سخنانش بسیار زیرکانه است و در سخنوری استعداد خاصی دارد. اغراق نیست که بگوییم استیو جابز برترین مدیر آی‌تی سال‌های اخیر بوده است. حتی لباس پوشیدن او منحصر به فرد و در نوع خود بسیار جالب است .

درس هایی که می‌شود از زندگی حرفه ای استیو جابز گرفت، بسیار زیاد هستند...

• سادگی را انتخاب کنید

از نظر جابز، سادگی نهایت پیچیدگی است. او به ایده های بسیاری نه گفته است تا بتواند محصولاتی را تولید کند که فقط شامل چیزهای مورد نیاز مشتری باشند و لاغیر. همانطور که در محصولات اپل مشخص است، جابز هیچ علاقه ای به جینگیلی مستون ندارد.

مقاله نویسان مجله فورچون می‌گویند جابز از کسانی که به همه چیز آری می‌گویند متنفر است، جابز و تیم مدیریتی اش ترجیح می‌دهند افرادی صادق در کنار خود داشته باشند تا کسانی که از ایده های نامناسب حمایت می‌کنند.

• ذهن خود را مانند افراد مبتدی نگه دارید

در آیین بودایی اصطلاحی وجود دارد به عنوان ذهن مبتدی. داشتن ذهن مبتدی یک موهبت است.

جابز توصیه می‌کند که همه مسائل را با ذهنی باز بررسی کنید و آنها را طوری تجربه کنید که گویی اولین باری است که با آن مواجه می‌شوید. خود را برای شگفت زده شدن آماده کنید.

• از خودتان انتظار تعالی داشته باشید

جابز می‌گوید سعی کنید معیار کیفیت باشید. بعضی‌ها به محیط‌هایی که در آن انتظار تعالی از فرد می‌رود، عادت ندارند.

شرکت سی و پنج ساله اپل با بیش از ۲۵ هزار کارمند و فروشی سالانه بالغ بر ۱۰۰ میلیارد دلار که هر سال ۶۰ درصد رشد را تجربه می‌کند و محصولاتی به بازار ارائه می‌کند که گوی سبقت را از دیگران ربوده اند، تنها به این دلیل موفق شده است که جابز جز موفقیت و

Office Address:

No.18 , Mina blv, Africa St., Tehran/IRAN

Tel.: (+98 21) 88 20 20 60 - 50 lines

Fax: (+98 21) 88 20 20 81

www.parsethylene-kish.com



کمال چیزی را قبول ندارد. با وجودی که برخی او را یک دیکتاتور سازمان می نامند ولی او توانسته است اپل را تبدیل به شرکتی کند که دست کسی به آن نمی رسد.

- **استعدادها را شناسایی و تربیت کنید**

اپل بیش از ۲۵ هزار کارمند دارد. هر سال گردهمایی استراتژی شرکت با حضور گروهی از رهبران شرکت با عنوان یکصد کارمند برتر تشکیل می شود. با وجودی که احتمالاً معدودی کارمندان جزء ، نیز در این گروه انتخاب می گردند. کسانی که مهارتهای قوی و ایده های عالی دارند. اپل به ما یاد می دهد که پرورش و تشویق استعدادها مهمتر از ساختارهای سازمانی مصنوعی است.

- **ایمان داشته باشید و پروژه های عجیبتان را رها نکنید**

...چون ممکن است روزی تبدیل به پیکسار شوند. کمی پس از ترک اپل، جابز پرسودترین سرمایه گذاری عمرش را انجام داد. او با پرداخت پنج میلیون دلار گروهی از زنده ترین متخصصین گرافیک کامپیوتری را در قالب استودیوی پیکسار از جرج لوکاس خرید. در سال ۲۰۰۶ او پیکسار را به والت دیزنی به ارزش ۷.۴ میلیارد دلار فروخت و تبدیل به بزرگترین سهامدار دیزنی گشت.

- **از متفاوت بودن نترسید**

فروشگاههای اپل نمونه بارز این مسئله هستند. چی الیوت نویسنده کتابی در مورد جابز معتقد است این فروشگاهها خطر بزرگی برای شرکت به شمار می رفتند اما جابز با نگاه متفاوتش و سرمایه گذاری روی همین تفاوت ها به موفقیت بزرگی دست یافت. جابز می گوید: نوآوری وجه تمایز بین یک رهبر و یک پیرو است!

- **به آنچه انجام می دهید عشق بورزید**

تنها راه انجام کارهای بزرگ این است که آنچه را انجام می دهید واقعاً دوست داشته باشید. اگر تاکنون آن را نیافته اید به جستجویتان ادامه دهید. کنار ننشینید. اگر راجع به کارتان مشتاق و علاقمند نیستید، نمی توانید منشاء نوآوری باشید.

کتابهای زیادی درباره راز موفقیت اپل به چاپ رسیده است. از تاریخچه استیو جابز تا ایده های مدیریت داخلی اپل. ولی به طور کل شاید بتوان راز موفقیت این شرکت را بر پایه ۶ دلیل خلاصه کرد:

۱) مهندسان سازنده محصولات اپل تلاش می کنند محصولاتی را بسازند که خودشان می خواهند داشته باشند. به طور مثال خود استیو جابز تا وقتی زنده بود بزرگترین استفاده کننده محصولات اپل بود و برای همین مهندسانی که برایش کار می کردند با درک این مسئله محصولاتشان را طراحی می کردند.

۲) استیو جابز اصرار داشت محصولات اپل باید در استفاده آسان باشند. با اینکه طرح محصولات اپل یکی از مهم ترین نکاتی است که این محصولات را متمایز می کند ولی تا زمانیکه استفاده از آنها آسان نباشد از نظر اپل هیچ ارزشی برای مشتری ندارد.

Office Address:

No.18 , Mina blv, Africa St., Tehran/IRAN

Tel.: (+98 21) 88 20 20 60 - 50 lines

Fax: (+98 21) 88 20 20 81

www.parsethylene-kish.com



۳) سادگی ای که این شرکت در تنوع محصولاتش دارد. به طور مثال اپل بر خلاف دیگر شرکت ها از هر محصولی فقط یک طرح ارائه می دهد مثلا iPhone فقط یک طرح دارد، بر خلاف Nokia که مدل های مختلف موبایل را ارائه می دهد و آشنایی با هر کدام از این مدل ها یک کارشناس را می طلبد. وجود فقط یک نوع از این محصول این امکان را به مشتری می دهد که زودتر تصمیم بگیرد و گیج نشود.

۴) استیو جابز معتقد بود اگر حتی تکنولوژی در استفاده آسان باشد، تنوع کارهایی که مردم در تکنولوژی به کار میرند باعث بوجود آمدن پیچیدگی می شود و مشتری ها در هر مرحله ای احتیاج به راهنماهایی کوچک پیدا خواهند کرد. اولین فروشگاه اپل در سال ۲۰۰۲ در توکیو باز شد که در این فروشگاه اپل بهترین خدمات را به مشتریان ارائه می دهد طوری که وقتی مشتری وارد یکی از فروشگاه های اپل می شود فروشنده ها در زمان استقبال از آنها می پرسند که چه کاری دوست دارند انجام بدهند. سوالی که می تواند اصلی ترین دلیل ورود یک شخص به یک فروشگاه لوازم گجتی باشد.

۵) اپل به عنوان یک شرکت تولید کننده لوازم گجتی هیچ وقت سعی به معرفی یا اختراع محصول جدیدی نکرده است. تنها کاری که کرده این بوده که گجتی موجود در بازار را به شکلی بهتر و پیشرفته تر ارائه کند. به طور مثال اپل کامپیوتر را اختراع نکرد بلکه بهترش کرد. جان اتان ایو، یکی از طراحان شرکت اپل می گوید: هدف ما خیلی واضح است، طراحی و ساخت محصولاتی بهتر. اگر ما نتوانیم محصولات بهتری ارائه بدهیم اصلا سراغش نمی رویم.

۶) ترس اصلی رقیبان اپل این است که این شرکت حداقل ۲ سال در صنعت و محصولاتش از بقیه رقبا جلوتر است. اپل در حال حاضر روی محصولی کار می کند که حداقل ۲ سال دیگر به بازار عرضه خواهد شد.

این شش اصل بوسیله کارشناسان تکنولوژی دلایل اصلی موفقیت اپل معرفی شده اند و به نظر می رسد که این شرکت هم چنان رشد خواهد کرد و بخش بزرگی از سهم بازار را با محصولاتش در دست خواهد گرفت.

رشد فروش مراکز تجاری اپل در سراسر دنیا، تجارتی مولتی میلیون دلاری را برای این شرکت رقم زده است که همه به علت راهنمایی های صریح کارمندان و همچنین توجهات متفکرانه بر روی کوچک ترین جزئیات است، به عنوان مثال چه موزیکی را برای نمونه نمایشی دستگاه های خود استفاده کنند. روزنامه وال استریت نگاهی مو شکافانه به عملیات فروش شرکت اپل انداخته و چاشنی اسرار آمیزی که باعث توفیق در فروش این شرکت شده را کشف کرده است.

این روش های به شدت محافظه کارانه عبارتند از:

- نظارت سخت گیرانه بر کارکنان: کارکنان شرکت اپل اجازه ی حرف زدن در مورد شایعات با مشتریان را ندارند و تکنسین ها حق مطرح کردن اشتباهات جزئی را نیز ندارند. اگر شما از کارکنان اپل باشید و در مورد این شرکت در اینترنت مطلبی را منتشر کنید اخراج خواهید شد. تاخیر به هیچ گونه قابل تحمل نیست و کارکنانی که ۳ بار در ظرف ۶ ماه بیش از ۶ دقیقه تاخیر داشته باشند نیز اخراج می شوند.
- تاکید بر بالا بردن میزان رضایت مشتریان است نه بر میزان بالای فروش، که به اختصار به آن APPLE می گویند.

Office Address:

No.18 , Mina blv, Africa St., Tehran/IRAN

Tel.: (+98 21) 88 20 20 60 - 50 lines

Fax: (+98 21) 88 20 20 81

www.parsethylene-kish.com



Approach : برخورد با مشتریان با خوش آمد گویی گرم و خودمانی

Probe : بررسی مودبانه برای دریافتن کامل نیازهای مشتری

Present : ارائه راه حلی برای اینکه مشتری بتواند زودتر به خانه برگردد

Listen : گوش فرا دادن و حل کردن هر مسئله و دلواپسی

End : خاتمه دادن با وداعی گرم و دعوت به بازگشت

- به عنوان بخشی از قانون اول APPLE (برخورد گرم با مشتری)، تکنسین ها ترغیب شده اند که به حرف های مشتریان گوش داده و با پاسخ های خود اطمینان حاصل کنند که نیازهای مشتری را تماما درک کرده اند. فروشندگان تشویق شده اند راه حل هایی برای سهولت کار مشتریان بیابند نه اینکه فقط فروش داشته باشند.
 - فروشندگان اجازه ندارند تلفظ غلط مشتریان را تصحیح کنند. کارکنان تازه وارد باید مراحل و تمرینات سختی که ممکن است چند هفته به طول انجامد را بگذارند تا بتوانند وارد بخش اصلی شوند.
 - فروش از ۱۵-۱۹ دلار در ساعت توسط فروشندگان عادی شروع می شود ولی با هنر فروشندگی و نبوغ فروشندگان خبره این فروش به ۳۰ دلار در ساعت افزایش می یابد. تغییر در میزان فروش شرکت بسیار نادر است و خیلی از فروشندگانی که در می یابند دیگر جایی برای پیشرفت ندارند، دست از کار می کشند.
 - هیچ سهم و کمیسیونی برای فروش در کار نیست، کارکنان اپل تشویق می شوند که بسته های خدماتی را به فروش برسانند. اگر کارکنان نتوانند به میزان کافی از طرح های مورد خواسته ی شرکت پیروی کنند دوباره به واحد آموزش برواهند گشت و یا اینکه پست اجرایی شان در مرکز فروش تغییر می کند.
- این اهرم های کلیدی و حتی فراتر از اینها به هم پیوسته اند تا تجربه ای منحصر بفرد را به وجود آورند که در طی هر ۱۵ دقیقه میلیون ها مشتری را به مراکز فروش شرکت اپل بکشانند.

Office Address:

No.18 , Mina blv, Africa St., Tehran/IRAN

Tel.: (+98 21) 88 20 20 60 - 50 lines

Fax: (+98 21) 88 20 20 81

www.parsethylene-kish.com