



به نام خداوند جان و خرد



# انتشارات نسل نو اندیش





استیون پائول جابز، در بیست و چهارم فوریه ۱۹۵۵ دیده به جهان گشود و در پنجم اکتبر ۲۰۱۱، در سن پنجاه و شش سالگی، رخت از جهان بر بست. او در سال ۲۰۱۰ از سوی فورچون، به عنوان برترین مدیر دهه نخست قرن بیست و یکم برگزیده شد.

در زمان نگارش و ترجمه این کتاب، وی در قید حیات بود.



# اسرار نوآوری های استیو جابز

اصول کاملاً متفاوت برای موفقیت در کسب و کار

کارماین گالو

سعید جعفری



گالو، کارماین، ۱۹۶۵ - Gallo, Carmine  
اسرار نوآوری‌های استیو جابز: اصولی کاملاً متفاوت برای موفقیت در کسب  
و کار / کارماین گالو؛ [ترجمه] سعید جعفری.  
تهران: نسل نواندیش، ۱۳۹۰  
۳۸۴ ص.؛ ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س م  
۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۴۲۷-۵

فیبا

عنوان اصلی: **The innovation secrets of steve Jobs: insanely different: principles for breakthrough success, c2011**

اثر حاضر نخستین بار با عنوان «راز نوآوری‌های استیو جابز» توسط  
انتشارات گوهرشاد و در سال ۱۳۹۰ منتشر شده است  
راز نوآوری‌های استیو جابز  
فراورده‌های جدید/ اندیشه و تفکر خلاق/ نوآوری/ موفقیت در کسب و  
کار

جعفری، سعید، ۱۳۶۸، مترجم  
ب ۱۳۹۰ رگ/۱۵۳/۱۵/۵۴۱۵ HF  
۶۵۸/۴۰۶۳  
۲۶۴۹۹۵۹

### اسرار نوآوری‌های استیو جابز

نویسنده: کارماین گالو

مترجم: سعید جعفری

ویراستار: مونا مغفرتی

صفحه‌آرا: الهه ایمنی

طراح جلد: هما واقفی

ناشر: **نسل نواندیش**

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۱

قیمت: ۱۰۹۰۰

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۴۲۷-۵

ISBN: 978-964-236-427-5

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نواندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷-۹ نسل نواندیش

WWW.naslenowandish.com  info@naslenowandish.com

## فهرست مطالب

مقدمه

- فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد؟  
اصل اول. کاری را انجام دهید که به‌راستی به آن علاقه دارید
- فصل دوم. علاقه‌ی خود را دنبال کنید  
فصل سوم. دیدگاه متفاوتی نسبت به حرفه‌ی خود داشته باشید  
اصل دوم. در این دنیا اثری ماندگار از خود به جای بگذارید
- فصل چهارم. الهام‌بخش مشتاقان باشید  
فصل پنجم. دیدگاه متفاوتی نسبت به چشم‌انداز خود داشته باشید  
اصل سوم. مغز خود را به کار بیندازید
- فصل ششم. به دنبال تجربه‌های جدید باشید  
فصل هفتم. دیدگاه متفاوتی نسبت به شیوه‌ی اندیشیدن خود، داشته باشید  
اصل چهارم. رؤیایها را بفروشید، نه محصولات را
- فصل هشتم. در دیوانگی آنان، نبوغ را ببینید  
فصل نهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به مشتریان خود داشته باشید  
اصل پنجم. به هزار چیز، نه بگویید
- فصل دهم. سادگی، نهایت پالایش و خالص‌سازی است  
فصل یازدهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به طراحی محصولات داشته باشید  
اصل ششم. تجربه‌های عالی را خلق کنید
- فصل دوازدهم. ما اینجا هستیم تا به پیشرفت شما کمک کنیم  
فصل سیزدهم. دیدگاه متفاوتی نسبت به تجربه‌ی برند خودتان داشته باشید  
اصل هفتم. پیغام خود را از بر شوید

فصل چهاردهم. بهترین داستان‌گوی تجاری دنیا  
فصل پانزدهم. دیدگاهی متفاوت نسبت به داستان خود داشته باشید  
یک نکته‌ی دیگر...

## مقدمه

اکنون دنیا، [ استیو ] جابزهای بیشتری را طلب می‌کند.

مقاله‌نویس روزنامه‌ی نیویورک تایمز، توماس فریدمن<sup>۱</sup>، در نامه‌ای سرگشاده به رییس‌جمهور ایالات متحده، او را به چالش کشید تا استیو جابزهای بیشتری را به‌وجود آورد. فریدمن بیان کرد: «ما دوباره باید فرزندانمان نه تنها نابغه، بلکه علاقه‌مند به نوآوری و کارآفرینی داشته باشیم.» اگر شما خواهان مشاغل مناسب بیشتری هستید، کشور باید در به‌وجود آوردن محیطی که در آن نوآوری تشویق و حمایت می‌شود تا شکوفا گردد، بهتر عمل کند. در یک کلام، کشور به افراد بیشتری همانند رییس‌کنونی شرکت اپل و یکی از دو مؤسس این شرکت، آقای استیو جابز<sup>۲</sup> نیازمند است. به‌تازگی، به لطف فروش فوق‌العاده‌ی گوشی آیفون که انقلابی عظیم در صنعت گوشی دنیا به‌وجود آورد، اپل در سال ۲۰۱۰، مایکروسافت را از پیش رو برداشت و به عنوان گرانبهارترین شرکت

---

1. Thomas Friedman

2. Steve Jobs

فناوری دنیا شناخته شد. این دستاوردی بسیار بزرگ برای هر شرکت و به‌خصوص برای شخصی قابل توجه است که از یک اتاق خواب اضافی، کارش را آغاز کرد.

امریکا، در آغاز ورود به دهه‌ی دوم هزاره‌ی جدید با مشکلات فراوانی روبه‌رو است. میلیون‌ها نفر، خانه و حرفه‌ی خود را از دست داده‌اند. از هر شش امریکایی، یک نفر در مراکز حمایتی زندگی می‌کند، آموزش و پرورش به تجدید نظر بنیادی نیاز دارد و کار و کسب در هر گوشه‌ای از کشور در تقلا است تا همچنان روی پای خود بایستد. مجله‌ی تایمز اشاره دارد که ده سال نخست این قرن که با ماجرای یازده سپتامبر آغاز شد و با بحران مالی پایان یافت، احتمال دارد همانند دهه‌ی ناامیدکننده‌ای که امریکایی‌ها در زمان جنگ جهانی دوم داشتند، دچار نزول شود و این دهه را «دهه‌ای از جهنم» نامیده است و بیان می‌دارد که بهترین مطلبی که می‌توانیم درباره‌ی آن بگوییم این است که بالاخره تمام شد.

رکود بزرگ اقتصادی در بسیاری از نقاط دنیا انتشار پیدا کرد و کشورهایی را که در گذشته با بحران‌های اقتصادی، مشکلات محیطی، زیرساخت‌های نامناسب و فقر بسیار دست و پنجه نرم می‌کردند، تحت تأثیر قرار داد. پیشرفت واقعی در دهه‌ی پیش رو، نیازمند نظرات جدید و نوآورانه است. بیل گیتس<sup>۱</sup>، یکی از مؤسسان مایکروسافت، راه‌حل این مسأله را نوآوری و خلق نظرات و وسایل به‌طور مستمر می‌داند.

---

<sup>۱</sup>. Bill Gates

او بیان می‌کند: «در طول دو دهه‌ی گذشته، نوآوری‌های انجام شده بیش از دو برابر عمر ما شده‌اند و برای ما انرژی ارزان‌تر و غذای بهتری را به ارمغان آورده‌اند.» در دهه‌ی آینده، کسب و کارها و افراد باید به دو رکن خلاقیت و نوآوری چنگ بزنند. شکست در انجام این کار، پیشرفت را درست در زمانی که بسیار حیاتی است، به خاموشی می‌کشاند.

خبر خوب این است که رکودهای اقتصادی، بیشتر برای نوآوری مانند کاتالیزور عمل می‌کنند. از نظر آقای آدالیو سانچز<sup>۱</sup>، مدیر کل شرکت آی‌بی‌ام<sup>۲</sup>، «زمانی که در شرایطی قرار می‌گیرید که در آن باید به‌راستی محتاط باشید و از کمترین، بیشترین را بسازید، این زمان و شرایط شما را به سوی نیاز به نوآوری و خلاقیت سوق می‌دهد که ممکن است در شرایط عادی این اتفاق رخ ندهد و این نیاز پیش نیاید. نوآوری افزایش یافته، همیشه در مورد پول بیشتر نیست. این مسأله در مورد چگونگی استفاده از آن پول است.»

تاریخ نشان می‌دهد نوآوری‌های بزرگ و چشمگیر در دوره‌های زمانی که فشارهای شدید اقتصادی در جوامع حاکم بوده است، ظهور پیدا کرده‌اند. گزارش بوز/اند کمپانی<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۹ اشاره دارد که «تلویزیون، تیغ‌های الکترونیکی، رادیوی اف ام و بسیاری از پیشرفت‌های دیگر در طول رکود بزرگ اقتصادی تولید شده بودند.

---

<sup>۱</sup> . Adalio Sanchez

<sup>۲</sup> . IBM

<sup>۳</sup> . Booz & Company

شرکت‌هایی مانند دوپونت<sup>۱</sup> که در سال ۱۹۳۷، چهل درصد سود خود را از محصولاتتی که بعد از سال ۱۹۳۰ به بازار عرضه کرده بود به دست می‌آورد، نوآوری در محصولات را دنبال کرد نه فقط به دلیل رهایی و نجات از بحران و رکود اقتصادی، بلکه برای به وجود آوردن بستری که شرکت برای چند دهه رشد مداوم در سوددهی داشته باشد.» مطالعات بوز اند کمپانی نشان داد که نوآوران افسانه‌ای در زمان‌های سخت شکل گرفته‌اند. در مواجهه با مشکلات، نوآوران موفق در زمانی که به دنبال فرصت‌های جدید برای آفرینش کارهای ارزشمند بودند، از قدرت خود بهره جسته و اعمالی جسورانه انجام دادند.

در حقیقت به نظر می‌رسد که تنش، نزاع و نیاز، روش طبیعت در گفتن «راهی نو پیدا کن» هستند. فشار روانی، مسأله‌ی خوشایندی نیست، اما من متقاعد شده‌ام که نیرویی ایجاد می‌کند و با جادوی خود در تمام نسل متخصصان کسب و کار تأثیر می‌گذارد. در طول دو سال گذشته، صدها ایمیل از زنان و مردانی که کارشان را از دست داده‌اند دریافت کرده‌ام که این موقعیت را به عنوان فرصتی برای دنبال کردن علاقه‌ی خود و خلق چیزهایی جدید و نوآورانه تلقی می‌کنند. وال استریت ژورنال<sup>۲</sup> اشاره می‌کند که تعداد بسیار زیادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه که با بازار بدون کار مواجه شده‌اند، تصمیم

---

<sup>۱</sup> . DuPont

<sup>۲</sup> . Wall Street Journal

گرفته‌اند به‌طور کلی از مسیر شرکتی شدن چشم‌پوشی کنند و تجارت خود را آغاز نمایند. مشخص می‌شود که بسیاری از اعضای میلنیال جنریشن<sup>۱</sup> که بیشتر به عنوان افراد گستاخ، از دست رفته و بی‌پروا شناخته می‌شوند، در حال ایجاد و راه‌اندازی مشاغل مفید به میزانی بی‌سابقه هستند. از اینکه ده سال بعد دریابیم که «دهه‌ای از جهنم» در واقع دهه‌ی الهام‌بخش محصولات، خدمات، روش‌ها و نظرات جدید و بی‌شماری بوده است، شگفت‌زده نمی‌شویم. در هر گوشه‌ای از دنیا، موج جدیدی از نوآوران در گاراژها، اطاقک‌ها، آزمایشگاه‌ها و کلاس‌های درس بر روی موضوعات گوناگونی در زمینه‌های فناوری، سلامت، علوم و محیط زیست کار می‌کنند و دستاوردهای زیادی را به ارمغان می‌آورند.

ریک هامپسون<sup>۲</sup> در مقاله‌ای برای یواس‌ای تودی<sup>۳</sup> اظهار داشت که «شاید هراس ما، رستگاری ما باشد. به‌طور معمول امریکایی‌ها به این مسأله مظنون هستند که با بدترین زمان ممکن مواجه شده‌اند و در نتیجه بیشتر تلاش می‌کنند تا بهترین را بسازند. چه پرتاب اسپاتنیک<sup>۴</sup> در سال ۱۹۵۷ باشد، چه سقوط سایگون<sup>۵</sup> در سال ۱۹۷۵ و یا چالش اقتصادی از سوی ژاپن در دهه‌ی هشتاد میلادی، این محکومیت

---

<sup>۱</sup> . Millennial Generation

<sup>۲</sup> . Rich Hampson

<sup>۳</sup> . USA Today

<sup>۴</sup> . Sputnik

<sup>۵</sup> . Saigon



پایدار وجود دارد که بهترین روزهایمان در گذشته‌ی ما بوده‌اند... هنوز هم این تصور که گویی در لبه‌ی پرتگاه هستید، چیزی است که ما را از گذشتن از آن در امان نگاه می‌دارد. به‌جای ناچیز شمردن چالش‌ها، ما بیش از اندازه به آن‌ها واکنش نشان می‌دهیم. در یک دنیای رقابتی، این نکته کلیدی برای موفقیت ما است.»

ما نیازمند نوآوری هستیم تا کشور را از رکود خارج کنیم. نیازمند ایده‌هایی جسورانه، خلاقانه و بزرگ هستیم تا کشورهای ناامید، شرکت‌های بحران‌زده و مشاغل را احیا سازیم. چه کسی بهتر از «برترین رییس دهه» از سوی فورچون<sup>۱</sup>، استیو جابز، می‌تواند نقشه‌ی راه را فراهم کند و به ما ارائه دهد؟

در اکتبر ۲۰۰۹، مک گرو - هیل<sup>۲</sup> «اسرار سخنرانی و ارائه‌های استیو جابز: چگونه در برابر حضار فوق‌العاده عمل کنیم»<sup>۳</sup> را منتشر نمود. این کتاب خیلی زود به عنوان پرفروش‌ترین کتاب در سطح دنیا مطرح شد و در کنار کتاب‌های موفق افسانه‌ای مانند کتاب *راز* و کتاب *هفت عادت مردمان مؤثر* قرار گرفت. خوانندگان به اشتراک گذاشتن داستان‌های خود را که چگونه رویکردشان به مشاغل خود در نتیجه‌ی خواندن آن کتاب تغییر کرد شروع کردند. در مقاله‌ای برای *جاوا ورلده*<sup>۴</sup>، خبرنگاری بیان کرد که این کتاب را برای تقویت مهارت‌های

<sup>۱</sup> . Fortune

<sup>۲</sup> . McGraw-Hill

<sup>۳</sup> . این کتاب ارزشمند توسط انتشارات نسل نواندیش منتشر شده است.

<sup>۴</sup> . Java World

سخنرانی و ارائه خریده است اما متوجه قسمت‌هایی از دانشی شد که می‌توانست به مدیران فناوری اطلاعات کمک کند تا رهبران بهتری شوند. بازخورد افراد برای من لذت‌بخش بود. به‌طور واضح، کتاب بر روی خوانندگانی که به دنبال ابزار موفقیت می‌گشتند که فراسوی ارائه و سخنرانی بهتر قرار گرفته بودند، اثرگذار بود. شما، کتاب همراه و ملازم آن کتاب را مطالعه می‌کنید. اگرچه این کتاب، اهمیت ارتباطات را بیان می‌کند (نوآوری هیچ معنایی ندارد، اگر شما قادر نباشید مردم را نسبت به آن هیجان‌زده کنید.) محتوای این کتاب به‌طور عمیق به اصول و قواعدی که به استیو جابز یاری رساند تا بیشترین بهره را از زندگی خود ببرد، می‌پردازد؛ درس‌هایی که به شما کمک می‌کند نیروی بالقوه‌ی خود را در کسب و کار و زندگی رها سازید.

پیش از آنکه به بررسی قواعدی بپردازیم که باعث شد استیو جابز به یکی از موفق‌ترین نوآوران در سطح دنیا تبدیل شود، باید بر سر تعریف واحدی از نوآوری که به هر شخصی گفته می‌شود، صرف‌نظر از عنوان یا مقام، به توافق برسیم: مدیران، مدیرعاملان، کارمندان، دانشمندان، معلمان، کارآفرینان و دانشجویان. در یک جمله: نوآوری، شیوه‌ای جدید از انجام کارهایی است که باعث تغییرات مثبت می‌شود. نوآوری زندگی را راحت‌تر می‌کند.

تاپان مونروئه<sup>۱</sup>، اقتصاددان، به من گفت: «بسیاری عقیده دارند که نوآوری، بهترین شیوه برای پایدار نگه داشتن شکوفایی اقتصادی

---

1. Tapan Munroe

است. نوآوری، بهره‌وری را افزایش می‌دهد و بهره‌وری نیز احتمال درآمد بیشتر، سود بیشتر، مشاغل جدید، محصولات جدید و اقتصادی شکوفا را افزایش می‌دهد. زمانی که شما پرده‌ها را به سوی اقتصاد جهانی کنار می‌زنید، پرتوهای خورشید را مشاهده می‌کنید و همه‌ی آسمان ابری نیست. ما باید ایده‌های هوشمندانه‌ای که مشکلات واقعی را نشان می‌دهند و آن‌ها را مدیریت می‌کنند، به محصولات و خدماتی که همه خواستارشان هستند، تبدیل سازیم.» مونروئه هم در کنار بیل گیتس و فریدمن، معتقد است که نوآوری باید سرلوحه‌ی زندگی ما قرار گیرد.

او می‌گوید: «نوآوری، مفهومی گسترده است. نوآوری با "i" و با "I" وجود دارد. "I" دربردارنده‌ی مواردی مانند ساختن موتور احتراق داخلی، بارکد و ایجاد اینترنت می‌شود. اما نوآوری شامل بهبودهای مستمر و کوچک نیز می‌شود که شما را یاری می‌دهد زندگی را بهتر اداره کنید، کسب و کارهای کوچک خود را ارتقا دهید و محصولات یا بهره‌وری شرکت خود را بهبود بخشید.» این نوآوری‌های کوچک هر روز اتفاق می‌افتد و زندگی را برای هرکس بهتر می‌کند.

کرتیس کارلسون<sup>۲</sup> در کتاب *نوآوری می‌نویسد*: «کسب و کار مطابق معمول، یک دستورالعمل برای بلا و مصیبت است. آموزش

۱. حرف اول واژه‌ی innovation به معنای نوآوری

۲. Curtis Carlson

سنتی حرفه‌ها کفایت نمی‌کند، اگر شما قصد تغییر و پیشرفت در این دنیای تجارت به هم ریخته دارید، باید مهارت‌های جدید نوآوری را داشته باشید. اگر بدانید که چگونه برای مشتری ارزش قابل شویید، بخت و اقبال بسیار بیشتری برای موفقیت و قابل استخدام ماندن در طول سال‌های کامل کاری خود خواهید داشت. وگرنه، ممکن است که بی‌مصرف و منسوخ شوید.» کارلسون معتقد است که در عمل اهمیتی ندارد که شما در فضانوردی، حسابداری یا کار در مؤسسات بیمه آموزش دیده باشید و مدرک گرفته باشید؛ تخصص شما باید با دنیای جدید سازگار باشد و سازگار شدن به مفهوم روش‌های جدید و خلاقانه‌ی نگاه به مشکلات موجود است.

خلاقیت، کار می‌برد. مونروئه معتقد است نوآوری چیزی نیست که شما یک بار انجام بدهید و سپس بنشینید و استراحت کنید. نوآوری، تعهدی است برای بهبود مستمر در زندگی هر شخص. او این مثال را می‌زند: «بیا بید یک مشاوره‌ی کاری انجام دهیم که یک پیش‌بینی اقتصادی را ارائه می‌دهد. اگر می‌خواهم به‌راستی نوآور باشم، اولین کاری که باید انجام دهم این است که با بیشترین توانم کار کنم. اگر خدمات من همانند پنج شرکت دیگر در منطقه باشد، با جدا کردن خودم در این حوزه‌ها، نوآوری می‌کنم: فراهم آوردن خدمات بهتر برای مشتری، کیفیت بالاتر تحقیقات، پیشنهادها و ارائه‌های خاص‌تر، ارتباطات بهتر، ارتباطات واضح و روشن‌تر، و وسایلی که مشتری بتواند به‌راحتی از آن‌ها استفاده کند.» مونروئه

بیان می‌کند که یک پرسش، شما را از دیگران جدا می‌کند: چگونه می‌توانم به مشتریان و مصرف‌کننده‌های خود کمک کنم تا بهتر عمل کنند؟ او می‌گوید: «یافتن پاسخ برای این پرسش، همان نوآوری است.»

برای بسیاری از شرکت‌ها و افراد، تکرار فرایند یکسانی که باعث نابودی مالی جهانی شد، به راحتی آن‌ها را به نتیجه‌ی یکسان هدایت می‌کند. ایجاد نوآوری را بخشی از DNA خود نمودن، به این معنی است که اصول شرکت اپل را در حرفه و زندگی خود اعمال کنید: «متفاوت بیندیشید». اگر محصولات شما نتوانند خریداران را هیجان‌زده کنند، باید در مورد پیشنهادات خود تجدید نظر کنید و متفاوت بیندیشید. اگر فروش شما رو به کاهش است، باید درباره‌ی بهبود تجربه‌ی مشتری متفاوت بیندیشید. اگر شما در این چند سال اخیر از این شغل به آن شغل رفتید، باید در مورد مدیریت کردن حرفه‌ی خود متفاوت بیندیشید.

همانند استیو جابز اندیشیدن، ممکن است بیشتر به کمک کسب و کارها و آموزگاران بیاید. رابرت کیوساکی<sup>۱</sup> در کتاب پدر ثروتمند می‌نویسد: «آموزش می‌تواند از مقدار زیادی نوآوری بهره‌بردار. مدارس باید گوشه‌ای از موفقیت‌های کسب و کاری را که کارآفرینانی مانند هنری فورد<sup>۲</sup> و استیو جابز خلق کرده‌اند، به دقت مطالعه کنند و از

<sup>۱</sup>. Robert Kiyosaki

<sup>۲</sup>. Henry Ford

آن‌ها بهره ببرند. آن‌ها نقشه‌ی راه را به ما نشان داده‌اند. نظام آموزشی به تزریق نوآوری نیازمند است که این کار همان موردی است که کارآفرینان انجام می‌دهند. ما به دو برنامه‌ی آموزشی جامع نیاز داریم: یکی برای کارمندان و یکی برای کارآفرینان... آموزش کارآفرینان با آموزش افرادی که قرار است کارمند شوند، تفاوت دارد.»

این کتاب از بحث‌های رمزآلود و پیچیده در مورد نظریه‌های نوآوری که مربوط به قفسه‌های غبارآلود دانشگاه‌ها می‌شود، خودداری می‌کند. اقتصاددانی به من گفت: «بیشتر مقالات دکترا در موضوع نوآوری سنگین و پیچیده هستند، چون برای بیشتر مردم نوشته نشده‌اند. این مقالات را افرادی با مدرک دکترا نوشته‌اند. بسیاری از موارد، نظریه‌ها هرچه احمقانه‌تر باشد، نویسندگان آن‌ها بیشتر مورد احترام هم‌کیشان خود قرار می‌گیرند. من این بازی را سال‌ها انجام می‌دادم.»

برای بیرون آمدن از رکود جهانی، زمانی برای بازی کردن نداریم. نیازمند ابزار و اصول عملی هستیم تا ما را یاری دهد خلاقیت بالقوه‌ای را که در درون هر کدام از ما قرار دارد، رها سازیم. اصولی که شما قرار است بیاموزید آسان، معنی‌دار و برای هر حرفه‌ای در هر زمینه قابل دسترسی است: مدیرعامل، مدیر، کارآفرین، مشاور، کارشناس خلاق، مالک کسب و کار کوچک، آموزگار، پزشک، وکیل، دلال معاملات ملکی، مادر خانه‌دار، و بله، افرادی با مدرک دکترا که

درحقیقت به استفاده از تحقیقات خود در بهبود اوضاع بشر اعتقاد دارند.

نوآوری، اغلب با اختراع اشتباه گرفته می‌شود. هر دو مفهوم مکمل یکدیگرند اما با هم تفاوت دارند. عمل اختراع به معنی طراحی، به‌وجود آوردن و ساخت محصولات یا فرایندهای جدید است. نوآوری با ایده‌های خلاقانه آغاز می‌شود که درنهایت به اختراع‌ها، خدمات، فرایندها و روش‌ها تبدیل می‌شود. همه نمی‌توانند مخترع باشند، اما هرکس می‌تواند یک نوآور باشد. آیا شما صاحب یک کسب و کار کوچک هستید و ایده‌ای دارید که با عملی شدن آن، بازدیدکنندگان را تبدیل به خریدار می‌کنید؟ شما یک نوآور هستید. آیا شما یک مدیر هستید و روشی را ابداع کرده‌اید تا کارمندان خود را تهییج کنید؟ شما یک نوآور هستید. آیا کارآفرینی هستید که حرفه‌ی خود را با از دست دادن مشاغل بسیار، احیا و بازآفرینی کردید؟ شما یک نوآور هستید. آیا یک مادر خانه‌دار هستید که راه‌حلی برای احیای دوباره‌ی مدرسه‌ی محله‌تان یافته‌اید؟ شما یک نوآور هستید.

نوآوری چیزی است که مردم عادی هر روز انجام می‌دهند تا زندگی‌ای عالی داشته باشند. بسیاری از آن‌ها را در روزنامه‌ها و مقالات می‌خوانید تا از آن‌ها الگوبرداری کنید. مردان و زنانی که با نوآوری در شیوه‌ی استیو جابز، کسب و کارها، جوامع و زندگی‌ها را تغییر می‌دهند.

مطالعه بر روی موضوع نوآوری ممکن است ذهن شما را نیز همیشه هوشیار نگه دارد. دانشمندان دریافته‌اند همان‌طور که سن ما

بیشتر می‌شود، مطالبی که در ذهنمان موجود است، ناپدید نمی‌شوند؛ آن‌ها به راحتی در میان چین و چروک نورون‌های مغز ما گم می‌شوند. زمانی که مغز مسن می‌شود، در دیدن تصویر بزرگ، بهتر عمل می‌کند. دانشمندان می‌گویند ترفند این است که این اتصالات را شعله‌ور نگه داریم. متخصصان ادعا می‌کنند که بهترین راه برای آهسته تکان دادن پیوندگاه‌ها، این است که خود را در مقابل افراد و ایده‌هایی قرار دهید که متفاوت هستند و روش اندیشیدن شما را به چالش می‌کشند. شاید یک استیو جابز نوزده‌ساله، درست فکر می‌کرد که حومه‌های پر برگ کالیفرنیا را ترک کرد و با دوستش دانیل کاتک<sup>۱</sup> راهی هند شد. این سفر باعث شد استیو، درباره‌ی تصورات ذهنی‌اش در ارتباط با آن سرزمین مرموز تحقیق کند: «برای نخستین بار بود که شروع به تفکر در مورد این موضوع کردم که شاید توماس ادیسون<sup>۲</sup> نسبت به مجموع کارهای کارل مارکس<sup>۳</sup> و نیم کارولی بابا<sup>۴</sup> اقدامات بیشتری برای بهبود شرایط دنیا انجام داده بود.»

موفق نشدن در یافتن روشنفکری روحانی در سفر او، باعث شد تا استیو به خانه‌ی پدری خود در لس‌آلتوس<sup>۵</sup> واقع در کالیفرنیا بازگردد و تصمیم بگیرد کاری متفاوت انجام دهد. مسیر جابز در طول سه دهه‌ی بعدی باعث پیدایش پستی و بلندی‌های حیرت‌انگیز و

---

<sup>۱</sup>. Daniel Kottke

<sup>۲</sup>. Thomas Edison

<sup>۳</sup>. Karl Marx

<sup>۴</sup>. Neem Karolie Baba

<sup>۵</sup>. Los Altos



تماشایی، هم در زندگی شخصی و هم در زندگی کاری‌اش شد. او موفقیت و شکست را تجربه کرد و در آغاز سال ۲۰۰۴، مردی که زمانی برای یافتن پاسخ‌هایی برای زندگی بسیار معماگونه‌ی خود به هند سفر کرده بود، معرفت و دانشی کم‌یاب را پس از نجات یافتن از دو بیماری تهدیدکننده به‌دست آورد. جابز اظهار داشته است: «به یاد آوردن این موضوع که من به‌زودی می‌میرم، مهم‌ترین ابزاری است که تاکنون یافته‌ام و یاری‌ام می‌کند بزرگ‌ترین انتخاب‌ها را در زندگی انجام دهم.»

اگر همان‌طور که توماس فریدمن اعتقاد دارد دنیا نیازمند رهبران بیشتری همانند استیو جابز است، پس ما برای کمک و راهنمایی باید به «استیو» نگاه کنیم و از او الگوبرداری کنیم. جابز فردی به شدت خوددار است، اما سرنخ‌های فراوانی را از خود به بیرون درز داده است. تمام کاری که شما باید انجام دهید، این است که با دقت به او توجه کنید.

## فصل اول

# استیو چه کارهایی انجام داد؟

**نوآوری باعث تمایز میان یک رهبر و یک پیرو می‌شود.**  
- استیو جابز

**نوآوری** چاشنی مخفی اپل است اما رییس این شرکت، استیو جابز، برای آفرینش نوآوری، اعتقادی به «نظام‌ها» ندارد. کارمندان اپل در کارگاه‌ها حاضر نمی‌شوند تا ماهیچه‌های نوآوری خود را تمرین دهند. شما اسباب‌بازی‌های خانه‌سازی را در کمپ اپل پیدا نمی‌کنید که نوآوری را برانگیخته کنند، همچنین نمی‌بینید که کارمندان سالن‌ها را به خوبی تمیز کنند تا بتوانند چیزهایی را به عنوان یک «مشاور در زمینه‌ی نوآوری» پیدا کنند و آن‌ها را به سوی یک فعالیت گروهی برنامه‌ریزی‌شده هدایت کند. در واقع، استیو جابز این تمرین‌های

قدیمی را حقیر می‌شمارد. او در مصاحبه‌ای که با راب واکر<sup>۱</sup> در روزنامه‌ی نیویورک تایمز داشت، بیان نمود: «ما این‌طور فکر نمی‌کنیم که خب، بیایید یک کلاس آموزش نوآوری برگزار کنیم؛ اینجا پنج قانون برای

نوآوری داریم؛ بیایید این‌ها را در همه جای شرکت قرار دهید.» واکر در طول مصاحبه با جابز به او گفت که

خیلی‌ها تلاش می‌کنند تا سیستم یا روش‌هایی برای به‌وجود آوردن نوآوری بیافرینند. جابز در جواب گفت: «البته که آن‌ها این کار را انجام می‌دهند. این کار مثل این است که شخصی که بامزه نیست سعی کند بامزه به نظر برسد. به‌راستی تماشای چنین شخصی

زمانی که سازمانی مدیران خود را با یک قایق به پایین رودخانه می‌فرستند تا کار گروهی را بیاموزند یا آن‌ها را مجبور می‌کند هواپیماهای کاغذی رنگی بسازند تا فلاقیت را فراگیرند، چیزی در اینجا بسیار غلط و اشتباه به نظر می‌رسد.

- کرتیس کارلسون و ویلیام ویلموت،  
«نوآوری»

خوشایند نیست... مثل تماشای مایکل دل<sup>۲</sup> (رییس شرکت دل<sup>۳</sup>) که تلاش می‌کند آواز بخواند. به‌راستی دردناک است!»

این کتاب، درد را از نوآوری حذف می‌کند. این کتاب قصد ندارد روشی گام به گام و سخت را برای نوآوری به‌وجود بیاورد چون این آخرین چیزی است که جابز پیشنهاد می‌کند. هدف این کتاب آشکار

<sup>۱</sup>. Rob Walker

<sup>۲</sup>. Michael Dell

<sup>۳</sup>. Dell Inc.

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۲۷

نمودن اصول و قواعدی کلی است که به استیو جابز کمک کرد تا به چنین موفقیت‌هایی دست یابد، اصولی که می‌تواند باعث شود بارقه‌ی نوآوری در وجود شما شعله‌ور گردد، خلاقیت شما را تقویت می‌کند تا ایده‌های جدید را ارتقا دهید و باعث رشد کسب و کار خود شوید و به شما انگیزه‌ی کافی می‌دهد تا دنیا را متحول سازید.

اگرچه این اصول بر اساس مدل افسانه‌ای نماد فناوری، استیو جابز است، باید گفت که نوآوری فقط در زمینه‌ی فناوری انجام نمی‌شود؛ نوآوری در مورد خلق ایده‌های جدید برای حل مشکلات است. طراح مشهور فرانسوی، فیلیپ استارک<sup>۱</sup> که یکی از طرفداران جابز است (جابز هم یکی از طرفداران اوست) بیان کرده است که یک محصول «خوب»، محصولی است که شما را به سوی زندگی بهتر سوق دهد. با وجود طراحی چشمگیر لابی هتل‌ها در بسیاری از مناطق زیبای دنیا، استارک با طراحی چیزهای عادی به شیوه‌ای غیر عادی، ظریف و ساده که شامل محصولاتی مانند ترازوهای الکترونیکی، مراقبت‌کننده‌های کودکان<sup>۲</sup> و بسیاری محصولات دیگر برای خرده‌فروشان<sup>۳</sup> مانند تارگت<sup>۳</sup> می‌شود، «طراحی را به‌صورت دموکراسی درآورده است.» اگر ما از تعریف استارک برای «خوب» استفاده کنیم، پس استیو جابز محصولات خوبی - خیلی خوبی - را در این سه دهه ساخته است. گرایش‌های مشابهی که باعث شد استارک، جابز را برانگیزد؛ کسی که محصولات موجود (رایانه‌ها، دستگاه‌های پخش موسیقی و گوشی‌های هوشمند) را

---

<sup>۱</sup> . Philippe Stark

<sup>۲</sup> . Baby Monitor

<sup>۳</sup> . Target

دست‌یافتنی‌تر، لذت‌بخش‌تر و کارآتر ساخته است. اگر ایده‌های موجود در این کتاب شما را تحریک کند تا وسیله‌ی فوق‌العاده‌ی بعدی را بسازید، درحقیقت شگفت‌آور خواهد بود، اما به‌صورت گسترده‌تر، این اصول چارچوبی را برای برانگیختن حرفه و کسب و کار شما فراهم می‌آورد، ایده‌هایی که بیش از آنچه فکر می‌کردید، شما را به جلو می‌رانند.

## تجربه‌ی استیو جابز

از کجا بدانیم استیو جابز چه حرف‌هایی برای گفتن دارد؟ در کل، استیو جابز یکی از منزوی‌ترین مدیرعاملان دنیا است. به‌ندرت در جمع دیده می‌شود، بیشتر کارمندان اپل هیچ‌گاه به‌طور خصوصی با او ملاقات نداشته‌اند، از حضور منظم در رسانه‌ها خودداری می‌کند و کمپ محفوظی در ساختمان مرکزی اپل ساخته است که شما فکر می‌کنید وارد منطقه‌ای از حالت نظامی خارج‌شده در کره‌ی شمالی شده‌اید. با این حال، جابز حرف‌های زیادی برای گفتن دارد؛ از زمان دبیرستان هنگامی که برای اولین بار با استیو وُزنیاک<sup>۱</sup> آشنا شد و در یکی از اتاق‌خواب‌های خانه‌ی پدری‌اش، به ساخت رایانه‌ها مبادرت کرد.

زمانی که به هزاران کارمند نیاز است تا چشم‌اندازهای استیو جابز را به حقیقت تبدیل کنند، درحقیقت تجربه‌ی اپل همان تجربه‌ی استیو جابز است. افراد بسیار کمی همانند استیو جابز هستند که اینچنین با نوآوری در ارتباط باشند. با یک جستجوی گوگل برای «استیو جابز+

<sup>۱</sup>. Steve Wozniak

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۲۹

نوآوری<sup>۱</sup> بیش از ۲/۷ میلیون لینک آورده می‌شود. با جستجوی مشابه برای «والت دیزنی»<sup>۲</sup>، ۱/۵ میلیون لینک و «هنری فورد» بیش از یک میلیون لینک آورده می‌شود. معتقدم افرادی که این جستجوها را انجام می‌دهند به دنبال چیزی بیش از یک زندگی نامه هستند؛ آن‌ها به دنبال الهام گرفتن و انگیزه هستند.

«اسرار نوآوری»، زندگی‌نامه‌ی استیو جابز نیست. در مقابل، این کتاب به دنبال آشکار نمودن اصولی است که استیو جابز را به سوی خلق ایده‌های بی‌حد و مرز سوق داد که در نهایت به واقع جهان را دگرگون ساخت؛ اصولی که شما می‌توانید همین امروز به کار ببرید تا نیروهای بالقوه‌ی خود را رها سازید. آن را راهنمای اصلی خود بدانید تا در حرفه و زندگی خود به موفقیت دست یابید. این اصول بنابر مطالعات بسیار بر روی سخنان خود استیو جابز در طول این سه دهه، نظرات کارمندان سابق اپل، کارشناسانی که مدت‌هاست مسایل شرکت اپل را دنبال می‌کنند و طیف بزرگی از رهبران، کارآفرینان، استادان دانشگاه و صاحبان کسب و کارهای کوچک که با این پرسش ساده «استیو چه کارهایی انجام داد؟» دارای انگیزه شدند، به دست آمده‌اند.

---

<sup>۱</sup>. Steve Jobs + Innovation

<sup>۲</sup>. Walt Disney

## قهرمان بزرگ

پائول کراگمن<sup>۱</sup> اقتصاددان، مقاله‌نویس روزنامه‌ی نیویورک تایمز و برنده‌ی جایزه نوبل، این دهه‌ی اخیر را «صفر بزرگ» نامید، به دلیل اینکه از نظر او «هیچ اتفاق خوبی در آن رخ نداد». اما اتفاق‌های خوبی هم رخ داد؛ از خاکسترهای صفر بزرگ، قهرمان بزرگ، استیو جابز، برخاست. فورچون استیو جابز را به دلیل به چالش کشیدن رکود اقتصادی، مبارزه با بیماری و دگرگونی دنیا ارجمند می‌شمارد. در یک دوره‌ی ده‌ساله که دو رکود اقتصادی، رسوایی‌های مالی، بحران بانک‌ها، خسارت‌های بزرگ در بورس و یک اقتصاد نابسامان را به خود دیده است، استیو جابز یکی پس از دیگری پیروزی به ارمغان می‌آورد. او اپل را احیا کرد (شرکت در زمان بازگشت جابز در سال ۱۹۹۶ در خطر ورشکستگی بود) و از اساس رایانه، موسیقی، فیلم و صنعت ارتباطات را بازآفرینی کرد. بازسازی یک کسب و کار در حرفه‌ی شخص دستاوردی بسیار نادر است، اما همان‌طور که فورچون اشاره می‌کند، بازسازی چهار مورد از آن‌ها به‌راستی عجیب است. فورچون بیان می‌کند که تأثیر جابز در فرهنگ جهانی نمی‌تواند نادیده گرفته شود. همه روزه در بیشتر مواقع تعدادی از دانشجویان، کارآفرینان، طراحان صنعتی یا مدیرعاملان به یک مشکل نگاه می‌کنند و از خود می‌پرسند: «استیو جابز در مواجهه با این مشکل چه کارهایی انجام می‌داد؟»

۱. Paul Krugman

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۳۱

دهه‌ی گذشته، همگی درباره‌ی موفقیت‌های استیو جابز بود. سه ماه به سه ماه، اپل رکورد جدیدی از سود را با فروش مک، آی‌پاد و آیفون<sup>۱</sup> ثبت کرده است. تا ژانویه‌ی ۲۰۱۰، اپل ۲۵۰ میلیون دستگاه آی‌پاد فروخت، بیش از هفتاد درصد بازار MP3 دنیا را در اختیار گرفت و شیوه‌ی یافتن، خریدن و لذت بردن از موسیقی را متحول کرد. شرکت، سهم خود را در بازار رایانه‌های شخصی<sup>۲</sup> به ده درصد افزایش داد، با اینکه قیمت فروش آن‌ها به‌طور متوسط بالاتر از رقبا است. تعداد فروشگاه‌های اپل به بیش از ۳۱۰ رسیده و تنها در دوره‌ای سه‌ماهه نزدیک به پنجاه میلیون بازدیدکننده را جذب کرده است. در هجده ماه نخست افتتاح فروشگاه نرم‌افزاری<sup>۳</sup> اپل از ۱۰ جولای ۲۰۰۸، سه میلیارد دانلود نرم‌افزاری برای آی‌پاد تاچ و آیفون توسط کاربران انجام شد. اپل که در اول آوریل ۱۹۷۶ آغاز به کار کرد، حالا به یک شرکت پنجاه میلیارد دلاری تبدیل شده است. استیو جابز در ۲۷ ژانویه ۲۰۱۰ بیان کرد: «دوست دارم این مسأله را فراموش کنم چون ما چنین تفکری در مورد اپل نداشتیم، اما در کل این موفقیت بسیار عالی است.» از زمان بازگشت به اپل در سال ۱۹۹۶، جابز ۱۵۰ میلیارد دلار به سرمایه‌ی سهام‌داران افزوده است و دگرگونی اساسی در صنعت سینما، مخابرات، موسیقی، فروش، صنعت چاپ، انتشارات و

---

<sup>۱</sup> . Macs, Ipods and iPhones

<sup>۲</sup> . Personal Computer (PC)

<sup>۳</sup> . Apple Store



طراحی ایجاد کرده است. اگر شما به دنبال کسی برای الگوبرداری می‌گردید، منطقی است که از خودتان بپرسید: «استیو چه کارهایی انجام داده است؟»

وال استریت، استیو جابز را برای بازگرداندن اپل به شرایط مالی سالم ارج می‌نهد. در ژانویه ۲۰۱۰، هاروارد بیزینس ریویو<sup>۱</sup>، استیو جابز را به دلیل ارائه‌ی یک بازگشت ۳۱۸۸ درصدی صنعتی (۳۳۴٪ سود مرکب به‌صورت سالانه) پس از بازگشت به اپل، بهترین مدیرعامل دنیا معرفی کرد. بر اساس این بررسی، اپل سهم بیشتری از بازار را از مجموع شرکت‌های «اچ‌پی» و «دل» در اختیار دارد. مایکل آرینگتون<sup>۲</sup> سردبیر تک‌کراچ<sup>۳</sup> بر این مسأله تمرکز کرده است که در حقیقت، اپل فراسوی نظر وال استریت، چه معنا و مفهومی برای دنیا دارد. او می‌گوید اگر جابز به اپل باز نمی‌گشت، دنیا نسبت به وضع وجود، بسیار متفاوت‌تر به نظر می‌رسید.

## دنیای بدون استیو جابز

جابز در پیشرفت و ارتقای بعضی از جذاب‌ترین محصولات دنیای ما پیشگام بوده است: آی‌مک، مک بوک، آیفون، آی‌پاد و به‌تازگی آی‌پد. آرینگتون می‌نویسد: «اما سخت‌افزار حتی آغاز چیزی که اپل در دوازده سال اخیر انجام داده، نیست. آن‌ها سرعت تغییر در صنعت

<sup>۱</sup>. Harvard Business Review (نقد و بررسی تجاری هاروارد)

<sup>۲</sup>. Michael Arrington

<sup>۳</sup>. TechCrunch

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۳۳

موسیقی، فیلم و تلویزیون را افزایش داده و صنعت گوشی‌های همراه را بازتعریف نموده‌اند.» اگر جابز به اپل باز نمی‌گشت، آرینگتون شک دارد که مدیرعامل دیگری وارد بازار اشباع‌شده‌ی MP3 با وسیله‌ای به نام آی‌پاد می‌شد. او این پرسش را مطرح می‌کند که آیا فرد دیگری آیفون یا آی‌پد را عرضه می‌کرد؟ حتی اگر شما از این وسایل استفاده نمی‌کنید، آرینگتون معتقد است که دنیای شما اگر جابز در آن نبود، بسیار متفاوت‌تر نسبت به وضع کنونی به نظر می‌رسید. «ممکن بود ما هنوز در جهنم گوشی‌های همراه بودیم. هنوز تجربه‌ی خوبی از گشت‌زنی در گوشی همراه نداشتیم و بی‌شک از برنامه‌هایی مانند اسکایپ<sup>۱</sup> در گوشی‌های از کار افتاده‌ای که اپراتورها به ما می‌دادند، لذت نمی‌بردیم. استیو جابز کسی بود که تاحدودی تمام صنعت موسیقی را درهم گسیخت. خیلی جالب است که لپ‌تاپ‌ها و دستکاپ‌های زیادی از ظاهر آی‌مک و مک بوک‌ها تقلید می‌کنند. بدون استیو جابز، دنیا مکانی چندان رنگارنگ نبود. این مرد یک افسانه‌ی زنده است و شایسته جایگاه واقعی خود در تاریخ است.»

تأثیر اپل در هر گوشه از غرفه‌های کنگره‌ی جهانی موبایل بارسلونا در فوریه ۲۰۱۰، به‌طور کامل مشهود بود و نکته‌ی جالب اینجاست که خود اپل در آنجا حضور نداشت. رقبای اپل همانند سامسونگ، نوکیا، ال جی و ریم<sup>۲</sup> همگی گوشی‌هایی با صفحه‌ی

---

<sup>۱</sup>. Skype

<sup>۲</sup>. RIM (Research In Motion): شرکت سازنده‌ی گوشی‌های بلک بری

لمسی و فروشگاه نرم‌افزاری معرفی کرده بودند که هر دوی این ویژگی‌ها، از نوآوری‌های اپل بود.

نوآوری‌های اپل در هر روز از زندگی شما ملموس است. شاید هیچ‌وقت از یک مک استفاده نکرده باشید اما سیستم خود را به ویندوز هفت ارتقا داده باشید. در مورد معرفی این ویندوز، یکی از مدیران مایکروسافت با بیان اینکه سیستم عامل جدید آن‌ها از OS X اپل الهام گرفته است، مورد انتقاد قرار گرفت. مایکروسافت کدها را جدا کرد تا سیستم را ساده کند و آن‌ها را کارآمدتر و پایدارتر سازد؛ درست همانند روش اپل در انجام کارها. همچنین، این مدیر بیان داشت که مایکروسافت تلاش کرده است تا سیستم عامل جدید، ظاهر گرافیکی و احساسی همانند با آنچه در مک هست را به‌وجود بیاورد. چه کاربر PC باشید چه کاربر مک، نوآوری‌های اپل شما را احاطه کرده است.

شخصی ادعا کرد که موفقیت‌های دیگران قابل قیاس با موفقیت‌های استیو جابز نیست. این ادعا که با خواندن این کتاب تبدیل به میلیاردی همانند استیو جابز می‌شوید یا اینکه آی‌پاد بعدی را شما اختراع می‌کنید، به نوعی توهین به شخصیت و شعور شماست. این وعده و وعیدها مانند این است که مربی ورزش دبیرستانی ادعا کند که می‌تواند به یک ورزشکار جوان طوری آموزش دهد که همانند مایکل جردن، توپ را وارد سبد کند. احتمال اینکه این ورزشکار، مایکل جردن بعدی باشد خیلی کم است. البته بدون شک مهارت‌های او بیشتر خواهد شد و ممکن است آن ورزشکار جوان به

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۳۵

روند رو به رشد خود ادامه دهد و به یک ستاره در دبیرستان و دانشگاه تبدیل شود و اگر همین‌طور ادامه دهد، ممکن است با قرارداد چند میلیون در NBA بازی کند. او ممکن است تأثیری را که جردن در بازی می‌گذاشت، نداشته باشد اما نسبت به جمعیت کثیری از ورزشکاران دبیرستانی که آرزوی رسیدن به چنین جایگاهی را داشته‌اند، موفقیت بسیار بزرگی را کسب کرده است.

### قهرمانان شما چه کسانی هستند؟

یک بار شنیدم که تنها سه درصد مردم، خود را متعهد به طراحی زندگی رویایی خود می‌کنند. این شنیده به نظر درست می‌رسد. بیشتر مردم وقت بیشتری را در برنامه‌ریزی لیست خرید خواروبار خود صرف می‌کنند تا اندیشیدن در مورد آینده‌ی خود. ممکن است رکود بزرگ اقتصادی همانند یک آوای بیدارکننده به مردم یادآوری کرده باشد که باید کنترل زندگی خود را به دست بگیرند، به جای آنکه آینده‌شان را به دست کسانی بسپارند که ممکن است علایق آنان را در نظر نداشته باشند.

جوانان به دنبال راهنمایی گرفتن هستند و بسیاری به استیو جابز نگاه می‌کنند. در یک بررسی در سال ۲۰۰۹ توسط جونیور اچیومن<sup>۱</sup>، از هزار نوجوان بین دوازده تا هفده سال خواسته شد تا کارآفرینانی را که می‌پسندند، رتبه‌بندی کنند. استیو جابز با سی و پنج درصد آرا نفر اول

---

<sup>۱</sup>. Junior Achievement

شد. اُپرا<sup>۲</sup>، تونی هاوک<sup>۳</sup>، اوسلن‌های دوقلو<sup>۴</sup> و مارک زاکربرگ<sup>۵</sup>، مؤسس فیس بوک، رأی کمتری آوردند. زمانی که از آن‌ها پرسیده شد چرا جابز را انتخاب کرده‌اند، در حدود دو سوم آن‌ها پاسخ دادند: «چون تفاوت ایجاد کرده است»، «او زندگی مردم را بهبود بخشیده» یا «او دنیا را به مکان بهتری تبدیل کرده است». تنها چهار درصد دلیل انتخاب خود را به علت شهرت و ثروت جابز بیان کردند که نشان می‌دهد تفاوت در دنیا در نوجوانان نیز تفاوت ایجاد کرده است.

جابز با بیان اینکه «شما می‌توانید از روی قهرمانان و الگوهای یک شخص، در مورد او نظر دهید» در مورد شعار معروف تلویزیونی «متفاوت بیندیشید» که نوآورانی قابل ذکر را توصیف می‌کند، توضیحاتی ارائه می‌دهد- قهرمانان استیو جابز مانند آلبرت اینشتین، باب دیلان<sup>۶</sup>، مهاتما گاندی و آملیا ایرهارت<sup>۷</sup> - این شعار تبلیغاتی در ۲۸ سپتامبر ۱۹۹۷، یعنی کمتر از یک‌سال پس از بازگشت دراماتیک جابز به اپل انتخاب شد. اعتبار برند<sup>۷</sup> اپل، خدشه‌دار شده بود و وظیفه‌ی اصلی جابز احیای اپل و اعتبار بخشیدن به آن بود. زمانی که جابز آگهی تبلیغاتی را تأیید کرد، مثل یک ناظر منفعل، گوشه‌ای ننشست. او خود را وارد تمام جوانب آگهی تبلیغاتی کرد و هر روز کارهای هنری سازندگان آگهی‌ها را بررسی می‌کرد. او

2. Oprah Winfrey

3. Tony Hawk

4. The Oslen twins

5. Mark Zuckerberg

5. Bab Dylan

6. Amelia Earhart

7. به معنای نام تجاری مشهور و معتبر است: brand.

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۳۷

حتی در مورد اجازه گرفتن، مؤثر عمل کرد و شخص خودش تلفنی با یوکو اونو<sup>۱</sup> یا نوادگان آلبرت اینشتین صحبت می‌کرد.

ریچارد دریفاس<sup>۲</sup> بازیگر، متن را در زمانی که تصاویر سیاه و سفید متفکران و دانشمندان پخش می‌شد، می‌خواند. به سادگی می‌توان دریافت که چرا جابز این چنین نقش مالکیتی در این پروژه داشت؛ این کار به این علت نبود که او تصور می‌کرد این آگهی به تنهایی اپل را احیا می‌کند، به این دلیل بود که دریفاس به طرق مختلف، خود او را توصیف می‌نمود: «اینجا برای افراد دیوانه است... آن‌هایی که همه چیز را متفاوت می‌بینند... آن‌ها همه چیز را تغییر می‌دهند. اختراع می‌کنند. تصور می‌کنند. کشف می‌کنند. می‌آفرینند. انگیزه می‌دهند. آن‌ها، باعث رشد و ترقی دنیا می‌شوند.» آن آگهی تبلیغاتی برای استیو جابز بسیار بامعنا بود، چون او داشت میراث خود را می‌ساخت و همانند نوآوران بزرگ پیش از خود، او نیز باعث حرکت مردم به سوی پیشرفت و ترقی می‌شد.

نانسی اف. کوئن<sup>۳</sup> پروفسور دانشگاه هاروارد، جابز را در دسته‌ی کارآفرینان مهم دو قرن اخیر قرار می‌دهد. زنان و مردانی مانند جوسای و دوود<sup>۴</sup>، جان دی. راکفلر<sup>۵</sup>، آندرو کارنگی<sup>۶</sup>، هنری فورد و استی لادر<sup>۷</sup>.

---

۱. Yoko Ono

۲. Richard Dreyfuss

۱. Nancy F. Koehn

۲. Josiah Wedgwood

۳. John D. Rockefeller

۴. Andrew Carnegie

۵. Estee Lauder

همه‌ی آن‌ها ویژگی‌های مشخصی را داشتند: انگیزه‌ی شدید، کنجکاوی پایان‌ناپذیر و چشم‌اندازی مشتاقانه. او می‌نویسد: «جابز در دوره‌ای برخاست که زمان تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فناوری بود که ما اکنون آن را انقلاب اطلاعات می‌نامیم. و دوود، سازنده‌ی بریتانیایی ظروف چینی در قرن هجدهم، کسی که اولین برند واقعی مصرف‌کننده را به‌وجود آورد، در زمان انقلاب صنعتی بزرگ شد، دوره‌ی دیگری از تغییرات ریشه‌ای. و راکفلر، صنعت نوین نفت را در دهه‌های هفتاد و هشتاد قرن نوزدهم پایه‌ریزی کرد، زمانی که راه‌آهن و تولید انبوه به‌وجود آمده بود که باعث شد ایالات متحده از کشوری زراعی به حالت صنعتی تغییر یابد. کوئهن عقیده دارد که در یک تحول مهم و اساسی، افراد زیادی برمی‌خیزند تا بگیرند و تصرف کنند. نوآورانی مانند جابز و دیگران این لحظات درهم ریختگی را می‌گیرند و تصرف می‌کنند.

## انقلاب در هوا

درهم‌ریختگی در امریکای مستعمراتی در سال ۱۷۷۶ بی‌شک در هوا رخ داد، زمانی که پنجاه و شش نفر در میان رهبران سرشناس زمان خود، سندی را امضا کردند تا آغازگر تحول و انقلاب در امریکا باشند و به بسیاری از بخش‌های جهان نیز گسترش دهند. بیانیه‌ی استقلال، قدرت دولت را به دستان مردم انتقال داد و زمانی که امریکا جشن دویست‌سالگی استقلال خود را برگزار می‌کرد، دو نفر - استیو جابز و استیو وزنیاک - سندی را امضا کردند که انقلابی به‌وجود آورند و

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۳۹

قدرت استفاده از رایانه را به دست مردم عادی انتقال دهند. همان طور که توماس جفرسون<sup>۱</sup> بر حق انقلاب کردن پافشاری می کرد - نظریه‌ای که معتقد است مردم دارای حق و حقوقی هستند و زمانی که یک دولت این حق و حقوق را زیر پا می‌گذارد و شرایط تحمل‌ناپذیر می‌شود، مردم تعهد دارند که آن دولت را تغییر دهند - جابز و وزنیاک این وظیفه را بر خود دیدند که نظامی را که از هر جنبه تحمل‌ناپذیر شده بود، تغییر دهند. رایانه‌ها بسیار گرانقیمت بودند، به سختی راه‌اندازی می‌شدند و فقط افراد علاقه‌مند، آن‌ها را در اختیار داشتند. جابز و وزنیاک، چشم‌اندازی مشترک داشتند؛ ساختن رایانه‌ای که هرکس بتواند خریداری و استفاده کند. جابز بیان نمود: «زمانی که ما اپل را به وجود آوردیم، در حقیقت اولین رایانه را ساختیم، چون به‌راستی یکی می‌خواستیم. سپس این رایانه‌ی جدید و عالی را با رنگ و خیلی چیزهای دیگر طراحی کردیم و آن را اپل II نامیدیم. ما علاقه‌مند بودیم که این کار ساده را انجام دهیم که همان ساختن تعداد زیادی رایانه برای دوستانمان بود تا آن‌ها نیز همانند ما از کار با رایانه لذت ببرند.»

اگرچه آلتیر<sup>۲</sup> ۸۸۰۰ نخستین رایانه‌ی شخصی بود، مجله‌ی تایمز به اپل II که آغازگر تحول در رایانه‌های شخصی بود، اعتبار بخشید. درست همانند اتفاقی که در انقلاب برای استقلال یافتن، رخ داد.

---

<sup>۱</sup>. Thomas Jefferson

<sup>۲</sup>. Altair 8800



هیچ‌کس مطمئن نبود که انقلاب رایانه‌ها، ما را به سوی جامعه‌ای بهتر سوق می‌دهد. در دهه‌ی هفتاد، برخی نگران این مسأله بودند که مردم توانایی اندیشیدن را در خلال مشکلات از دست بدهند و یا اینکه به‌طور فزاینده‌ای از جامعه دور و گوشه‌گیر شوند. البته، می‌توان مطالب بسیار زیادی در مورد اثرات مثبت رایانه‌ها بر روی بشریت و ارتقای زندگی نوشت. ممکن است شخصی ادعا کند که انقلاب رایانه‌ها بدون جابز و وزنیاک هم به سوی دموکراسی شدن فناوری سوق داده می‌شد، اما انکار این موضوع که جابز به این انقلاب پر و بال داد، سخت و دشوار است. این مسأله، باعث اعتماد به نفس می‌شود تا انقلابی را آغاز کنیم، اعتماد به مهارت‌های خود و اعتماد به اینکه به واقع چشم‌انداز شما باعث ترقی جامعه خواهد شد.

### **هفت اصله که استیو جابز را به حرکت درآورد و به او انگیزه داد**

من اعتقاد دارم که تکرار تجارب استیو جابز در کسب و کار و زندگی شما امکان‌پذیر است، اگر به خوبی هفت اصلی که او را به حرکت درآورد، درک کنید. همان اصولی که در مسایل کاری، در پس موفقیت‌های افراد و سازمان‌ها هستند. شما اصلی از نوآوری را خواهید آموخت که جابز را برانگیخت تا مک را بسازد و راشل ری<sup>۱</sup> را برانگیخت تا غذاهای سی دقیقه‌ای را به‌وجود بیاورد. خواهید

---

<sup>۱</sup>. Rachael Ray

دانست که چگونه جان اف. کندی<sup>۱</sup> رازی از نوآوری را اعمال کرد تا باعث فرود بشر بر روی کره‌ی ماه شود و چگونه همان اصل، الهام‌بخش آفرینش «مک» بود. یا با گروهی از زنان خانه‌دار آشنا می‌شوید که همان اصلی را که جابز استفاده می‌کند تا به تیم خود انگیزه بدهد، به کار بستند تا مدرسه‌ی رو به زوال محله‌ی خود را احیا کنند و از کارمندان سابق اپل خواهید شنید که کمپانی‌های خود را با استفاده از اصول موفقی که از رییس سابق خود فراگرفتند، ساخته‌اند.

یکبار داستان مادر بزرگی را شنیدم که تصمیم داشت برای نوه‌های خود به مناسبت عید هدایایی بگیرد. او می‌خواست چیزی به آن‌ها بدهد که عشق و علاقه‌اش به آن‌ها را نشان دهد و همچنین آن‌ها را پس از مرگش قدرتمند و مستقل سازد. او چهار سیب سبز خرید و هر کدام را در یک بسته‌ی زیبا قرار داد؛ هر بسته برای یک نوه. بچه‌ها هدایا را باز کردند. زیر هر سیب یادداشتی بود که یک رایانه‌ی جدید اپل را پیشنهاد می‌داد. آن یادداشت توضیح می‌داد که همانند سیب واقعی، هر کودک در درون خود بذره‌های شکوه و عظمت را دارد و اینکه رایانه‌ی جدید اپل به آن‌ها کمک می‌کند، ثروت واقعی خود را به دست آورند. مادر بزرگ درگذشت، اما آن‌ها یادداشتی را که همراه آن هدایا به عنوان «تجربه‌ی اپل» بود، نزد خود نگه داشتند. چه شما محصولی از اپل داشته باشید، چه نداشته باشید، می‌توانید از

---

2. John F. Kennedy

هدیه‌ای که جابز به دنیا اعطا کرده است بهره‌مند شوید: اسرار نوآوری. بسیاری از رهبران تجاری، کارآفرینان و کارمندان سابق اپل این اسرار را کشف کردند و آن‌ها را در زندگی خود انجام دادند تا به موفقیت دست یابند. خوب است که از خود بپرسید، «استیو چه کارهایی انجام داد؟» اما اگر هفت اصلی را که رویکرد او به تجارت و زندگی را تغییر داد به درستی متوجه نشوید، در یافتن پاسخ صحیح به مشکل برمی‌خورید.

هفت اصلی که در این کتاب بیان شده‌اند، شما را وادار می‌سازند تا درباره‌ی حرفه، شرکت، مشتری و محصولات خود متفاوت بیندیشید.

این اصول به ترتیب ارائه شده‌اند:

**اصل اول: «کاری را انجام دهید که به راحتی به آن علاقه دارید.»**  
استیو جابز همیشه از علایق خود در زندگی‌اش پیروی کرده است و می‌گوید که این کار تفاوت عظیمی در زندگی‌اش ایجاد کرده است.

**اصل دوم: «در این دنیا، اثری ماندگار از خود به جای بگذارید.»** جابز افرادی را که به لحاظ فکری همانند او هستند، جذب می‌کند. افرادی که در چشم‌اندازها و رؤیاهایش سهیم می‌شوند و کمک می‌کنند ایده‌های او تبدیل به نوآوری‌های تغییردهنده‌ی دنیا شود. احساس و انگیزه، سوخت موشک اپل هستند و چشم‌اندازهای جابز را به واقعیت تبدیل می‌کنند.

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۴۳

**اصل سوم: «مغز خود را به کار بیندازید.»** نوآوری بدون خلاقیت وجود ندارد و برای استیو جابز، خلاقیت، عمل ارتباط دادن اشیا با هم است. جابز معتقد است که طیف گسترده‌ای از تجارب، درک ما از تجربه‌ی انسانی را گسترش می‌دهد.

**اصل چهارم: «رؤیایا را بفروشید، نه محصولات را.»** برای جابز، افرادی که محصولات اپل را خریداری می‌کنند، «مشتری» نیستند. آن‌ها افرادی هستند که رؤیایا، بلندپروازی‌ها و آرزوهای فراوان دارند. جابز این محصولات را می‌سازد تا به آن‌ها کمک کند رؤیایا خود را به واقعیت تبدیل کنند.

**اصل پنجم: «به هزار چیز، نه بگویید.»** به اعتقاد جابز، ساده‌سازی، نهایت پالایش و خالص‌سازی است. از طراحی آی‌پاد تا آیفون، از بسته‌بندی محصولات اپل تا عملکرد سایت اپل، نوآوری به معنای زدودن موارد غیر ضروری است تا اینکه شاید موارد مهم‌تر حرف خود را بزنند.

**اصل ششم: «تجربه‌های عالی را خلق کنید.»** جابز، فروشگاه‌های اپل را به یک استاندارد طلایی در بحث خدمات به مشتریان تبدیل کرده است. فروشگاه اپل بهترین خرده‌فروش در دنیاست. با معرفی نوآوری‌های ساده، هر کسب و کاری می‌تواند به نوعی تغییر کند تا ارتباط احساسی عمیقی با مشتریان خود ایجاد نماید.

**اصل هفتم:** «پیغام خود را از بر شوید.» جابز در میان مدیرعاملان شرکت‌ها، برترین راوی است و معرفی محصول را به شکلی هنری بیان می‌کند. شما می‌توانید جدیدترین ایده‌ی دنیا را در اختیار داشته باشید، اما اگر نتوانید مردم را نسبت به آن تهییج کنید، نوآوری شما اهمیتی پیدا نمی‌کند.

در ادامه‌ی کتاب خواهید دید که دو فصل به هر اصل اختصاص یافته است. فصل اول که در آن آشکار می‌شود چگونه هر اصل باعث نوآوری‌های موفق جابز شده است و فصل دوم که در آن نشان داده می‌شود چگونه دیگر متخصصان، رهبران و کارآفرینان از آن اصل بهره برده‌اند تا در زندگی کاری و شخصی خود متفاوت بیندیشند و خود را قادر ساختند به نحوی اثرگذار بیافرینند و نوآوری کنند. افراد و برندهایی که در این فصل‌ها توصیف شده‌اند، شما را به چالش خواهند کشید تا در مورد این جنبه‌ها در زندگی خود «متفاوت بیندیشید»:

حرفه (**اصل اول:** «کاری را انجام دهید که به‌راستی به آن علاقه دارید.»)

چشم‌انداز (**اصل دوم:** «در این دنیا، اثری ماندگار از خود به جای بگذارید.»)

اندیشه‌ها (**اصل سوم:** «مغز خود را به‌کار بیندازید.»)

مشتریان (**اصل چهارم:** «رویایها را بفروشید، نه محصولات را.»)

طراحی (**اصل پنجم:** «به هزار چیز، نه بگویید.»)

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۴۵

تجربه (اصل ششم: «تجربه‌های عالی را خلق کنید.»)

داستان (اصل هفتم: «پیغام خود را از بر شوید.»)

این هفت اصل متفاوت برای دستیابی به موفقیت، تنها اگر شما بدون توجه به عنوان یا مقام، خود را به عنوان یک برند ببینید، برای شما مفید فایده خواهند بود. چه کارآفرینی باشید که در یک اتاق خواب اضافی مشغول به کار هستید، چه یک سرباز بیست و یک ساله‌ی کهنه‌کار صنعت که تغییرات بنیادی را تجربه کرده، چه یک فارغ‌التحصیل دانشگاه که برای کار مصاحبه می‌کنید یا یک صاحب کسب و کار کوچک که به دنبال ایده‌هایی برای شرکت خود هستید، شما مهم‌ترین برند خود را به نمایش می‌گذارید؛ خودتان را. نحوه‌ی سخن گفتن، راه رفتن و عمل کردن شما در آن برند انعکاس پیدا می‌کند. مهم‌تر از همه، در نحوه‌ی تفکر درباره‌ی خودتان، حرفه‌ای که در آن مشغول هستید و آفرینش ایده‌هایی جدید که کسب و کارتان را ارتقا می‌دهد و زندگی مشتریان‌تان را بهبود می‌بخشد، بیشترین تأثیر را خواهد گذاشت.

استیو جابز، رییس دو برند افسانه‌ای اپل و پیکسار<sup>۱</sup> است. اما این استیو جابز امروز است. سی و پنج سال پیش، او در خانه‌ی پدری‌اش، رایانه‌ها را راه‌اندازی می‌کرد. در سال ۱۹۷۶ هیچ‌کس جابز را به عنوان یک «برند» نمی‌دید، اما خود او نظر دیگری داشت. حتی در

---

<sup>۱</sup> . Pixar

سن بیست و یک سالگی، زمانی که جابز و دوستش مدارهای چاپی الکترونیکی را در اتاق خواب، آشپزخانه و گاراژ خانه‌ای که برای پائول و کلارا جابز<sup>۱</sup> بود نصب می‌کردند، استیو جوان خود را به عنوان یک برند می‌دید. با اجاره‌ی یک صندوق پستی در پالو آلتو<sup>۲</sup>، جابز ترتیب تشکیل یک شرکت را داد. او حتی یک سرویس پاسخ‌گویی به مشتریان اجاره کرد و فروشندگان تصور می‌کردند که او صاحب یک کسب و کار قانونی است، نه یک جوان که با مادرش بر سر دسترسی به میز آشپزخانه رقابت می‌کند. او می‌خواست بزرگ‌تر از آنچه بود «ظاهر شود»، چون از گذشته‌ها در ذهنش همین‌طور بود.

میکلانژ، در جمله‌ای زیبا بیان کرده است: «خطر بزرگ‌تر برای بیشتر ما در این نیست که هدف خیلی بزرگی را در نظر بگیریم و موفق عمل نکنیم، خطر بزرگ‌تر در این است که هدف خود را خیلی پایین انتخاب کنیم و به آن برسیم.» او نیز همانند جابز، چیزهایی را می‌دید که دیگران نمی‌دیدند. میکلانژ به یک تکه سنگ مرمر نگاه کرد و داوود پیامبر را در آن دید؛ استیو جابز به یک رایانه نگاه کرد و ابزاری برای رها ساختن نیروهای بالقوه‌ی انسان در آن مشاهده کرد. شما چه نیروی بالقوه‌ای در خود می‌بینید؟ تصور کنید که در کسب و کار خود همراه با انگیزه و بینش صحیح، به چه چیزهایی می‌توانید

---

<sup>۱</sup> . Paul and Clara Jobs

<sup>۲</sup> . Palo Alto

## فصل اول. استیو چه کارهایی انجام داد | ۴۷

نایل شوید. تصور کنید اگر استیو جاز در پیدا کردن مقصد، شما را راهنمایی می‌کرد، حرفه‌ی خود را به سوی چه جایگاهی سوق می‌دادید. استیو چه کارهایی انجام داد؟ بیایید متوجه شویم.





## اصل اول

کاری را انجام دهید که  
به راستی به آن علاقه  
دارید

شما را داشته باشید که علایق خود را دنبال کنید. آنها به نوعی از قبل  
می دانند که شما به راستی می فواید چه کسی شوید.

- استیو جابز



## فصل دوم

# علاقه‌ی خود را دنبال کنید

**کاری را که باعث خرسندی شما می‌شود، انجام دهید و کائنات در جایی که تنها موانع وجود دارند، درهایی را برایتان خواهند گشود.**

- جوزف کمپل، قدرت افسانه<sup>۱</sup>

در سال ۱۹۷۲، استیو جابز با ترک کالج ریڈ<sup>۲</sup> تنها پس از یک ترم باعث ناامیدی والدینش شد. ریڈ، یک مدرسه‌ی کوچک فنون ذوقی، واقع در شهر پرتلند ایالت ارگان<sup>۳</sup> است. در دهه‌ی هفتاد، ریڈ به‌خاطر کلاس‌ها، دانشجویان باهوش و محیطی تحمل‌پذیر برای شخصیت‌ها و شیوه‌های زندگی متفاوت، مشهور بود. اگر شما مناسب دبیرستان نبودید، فرد مناسبی برای کالج ریڈ بودید.

---

<sup>۱</sup>. Joseph Campbell, The Power of Myth

<sup>۲</sup>. Reed College

<sup>۳</sup>. Portland, Oregon

والدین انتخابی جابز، پائول و کلارا حاضر بودند تمام پس‌انداز زندگی خود را برای هزینه‌ی این مدرسه خصوصی پرداخت کنند. این تعهدی بود که آن‌ها به مادر بیولوژیکی جابز، یک دانشجوی مجرد، در هفده‌سال پیش داده بودند. ...

## پشت جلد

بی‌تردید، استیو جابز برترین مدیر تاریخ صنعت است. با پیروی از علاقه‌ی خود، هدف‌گذاری جسورانه (قرار دادن رایانه‌ها در دستان همه‌ی مردم) و فنون ذاتی مدیریتی‌اش، دنیا را برای خود و دیگران به مکان بهتری تبدیل کرد. او می‌تواند بهترین الگوی مدیریتی در کسب و کار باشد.

نسل نواندیش با افتخار، کتاب‌های خوب مدیریتی را برای مدیران کسب و کار، اساتید و دانشجویان مدیریت MBA و هرکس که خواستار تحول و دگرگونی در دنیای خود است، منتشر می‌کند به امید آن‌که آغازگر تحولی بزرگ در زندگی فردی و فراتر از آن، در مدیریت باشد. در این کتاب، اصولی ارائه شده است که جابز و دیگر مدیران برتر دنیا با پیروی از آن‌ها، زندگی را برای مردم دنیا آسان‌تر ساختند. شما نیز می‌توانید این اصول را در کسب و کار خود اعمال کنید و از ثمرات شگفت‌آورشان بهره‌مند شوید. به خداوند توکل کنید و در مسیر تحقق رویاهایتان گام بردارید؛ او شما را یاری خواهد کرد.