



راز شکست در راضی نگه داشتن همگان است!

در ادامه‌ی مطلب وبلاگی به نشانی <http://zangoole.com> آمده است: به‌خاطر آن‌چه دیگران راجع به شما فکر می‌کنند، نگران یا ناراحت نباشید. سعی کنید احساسات‌تان را وارد این قضیه نکنید. سعی هم نکنید فکر دیگران را بخوانید که «یعنی این‌طوری فکر می‌کنه...؟» «یعنی چی راجع به من فکر می‌کنه...؟» و... شما بیش‌تر از هر کس دیگری خودتان را زیر ذره‌بین می‌گذارید. خیلی اوقات، دیگران بسیار کم‌تر از آن‌چه فکر می‌کنید، راجع به شما فکر می‌کنند. آنان هم مانند شما درگیر فکر کردن به خودشان هستند و وقتی برای دیگران ندارند! توجه کنید که هر نظر، مال چه کسی‌ست؛ آیا اصلاً نظر آن فرد برای شما اهمیتی دارد؟ آیا حرف آن فرد نزد شما اعتباری دارد؟ به نظرات مفید افراد -به‌خصوص نظرات افراد مهم- دقت کنید. البته سعی نکنید از حرف و رفتار دیگران، معنی «استخراج» کنید؛ برای نمونه اگر یک نامه‌ی کمی سرد و غیرمعمول گرفتید، بهتر است که فقط بگذارید به حساب گرفتاری شخصی آن فرد یا عجله و... تا این‌که فکر کنید شاید فرستنده، مشکلی با شما دارد یا از شما عصبانی‌ست.

یک تصمیم، برای تغییر یک سرنوشت کافی‌ست!

در وبلاگ «مهربان‌ترین راننده‌ی تاکسی تهران» به نشانی <http://taxiran.blogfa.com> آمده است: «آلفرد نوبل» از جمله افراد معدودی بود که این شانس را داشت تا پیش از مردن، آگهی وفاتش را بخواند! زمانی که برادرش «لودویگ» فوت شد، روزنامه‌ها به اشتباه فکر کردند که «نوبل» معروف (مخترع دینامیت) مرده است. «آلفرد» وقتی صبح روزنامه‌ها را می‌خواند، با دیدن آگهی صفحه‌ی اول، شگفت‌زده شد: «آلفرد نوبل، دلال مرگ و مخترع مرگ‌آورترین سلاح بشری مُرد!» «آلفرد» خیلی ناراحت شد و با خود فکر کرد: «آیا خوب است که من را پس از مرگ، این‌گونه بشناسند؟» فوری وصیت‌نامه‌اش را آورد، جمله‌های بسیاری را خط زد و اصلاح کرد. او پیشنهاد کرد ثروتش صرف جایزه‌ای برای صلح و پیشرفت‌های صلح‌آمیز شود. امروزه «نوبل» را نه به‌نام «دینامیت»، بلکه به‌نام «مبدع جایزه‌ی صلح نوبل» فیزیک، شیمی و... می‌شناسیم. او امروز، هویت دیگری دارد. یک تصمیم، برای تغییر یک سرنوشت کافی‌ست!

رمز و راز جهیدن به مرتبه‌ی بزرگی را کسب کنیم!

در وبلاگی به نشانی <http://www.4cs.blogfa.com> به نقل از کتاب «از خوب به عالی» آمده است: اگر بتوانیم راز و رمز جهیدن به مرتبه‌ی بزرگی را کسب کنیم، برای دیگر سازمان‌ها نیز ابزاری بارز به‌دست می‌آوریم. چه‌بسا به این ترتیب مدارس خوب به مدارس عالی، روزنامه‌های خوب به روزنامه‌های برجسته، سازمان‌های خوب دولتی به سازمان‌های بزرگ و شرکت‌های خوب به شرکت‌های برجسته تبدیل شوند. رهبران شرکت‌های برجسته هرگز نخواسته‌اند قهرمانی بی‌همتا باشند. آنان هرگز دنبال این نبوده‌اند که تندیس‌شان را بتراشند و بر سکویی بگذارند یا به نمادی بی‌همتا تبدیل شوند؛ آنان انسان‌هایی به‌ظاهر عادی و آرام با دستاوردهایی شگفت‌آور بوده‌اند اما در مورد رهبران شرکت‌های طرف مقایسه، قضیه وارونه است؛ یعنی آن‌ها نگران نام و آوازه‌ی خودشان بوده و کم‌تر به تداوم موفقیت شرکت پس از دوران مدیریت خود فکر می‌کنند.

گردآوری: حامد کاظم‌زاده خوبی

اگر مایل هستید وبلاگ شما در این قسمت معرفی شود، با آدرس ایمیل زیر مکاتبه نمایید:

hamed.khoei@gmail.com