

یک کتاب یک مقاله

مقاله این بخش:
مکالمات بی پرده

بخش یک کتاب یک مقاله، به خلاصه ای از جدیدترین کتابهای منتشر شده جهان در عرصه بین المللی اختصاص دارد. این کتابها پرفروشترین، تأثیرگذارترین و موفقترینها در جهان مدیریت هستند.

مکالمات بی‌پرده

رابرت اسکوبل و شل اسرائیل
Shel Israel-Robert Scobel

چگونه وبلاگ‌ها روش گفتگوی کسب و کار با مشتریان را تغییر داده‌اند. مشتریان امروزی، در آرزوی این هستند که یک انسان با آنها صحبت کند. شاید این آرزو برای خیلی‌ها برآورده نمی‌شود. انبوهی از گزینه‌ها پیش روی ما هستند بجز همان گزینه‌ای که بدان نیاز داریم. انبوهی از اطلاعات آرایه شده نیز، نمی‌توانند به مسایل مد نظر ما پاسخ بدهند هر

چند که تا حدی بر تصمیمات ما تأثیرگذار هستند. وقتی ما صدای کسی را می‌شنویم، درمی‌یابیم که تماسمان مهم است حتی اگر آن پاسخ منفی باشد.

بارها از تلاش برای پیدا کردن کسی که با ما در یک شرکت حرف بزند، خسته شده‌ایم. نهایتاً هم وقتی موفق می‌شویم، صدایی سرد را می‌شنویم که از روی یک نوشته، متنی را برای ما می‌خواند.

آیا این تعجب‌آور است که اعتماد بسیاری از مشتریان نسبت به شرکت‌ها سلب شده است؟ در چنین فضایی وبلاگ‌ها ظهور کرده‌اند. وبلاگ‌ها فرصتی برای تعامل هستند. ارتباط در آنها حالتی غیررسمی دارد. حتی ممکن است اشتباهات گرامری، اشتباهات تایپی و کلمات جا افتاده نیز در آنها دیده شوند. وبلاگ متعلق به یک شخص واقعی است که به مشتری اجازه می‌دهد پاسخ اظهاراتش را دریافت کند. در این چکیده کتاب، شما درمی‌یابید که چرا کارشناسان معتقدند که وبلاگ‌ها به نوعی چهره کسب و کار را عوض کرده‌اند. این چکیده کتاب مبتنی بر بیش از ۵۰ مصاحبه با افراد در تمامی سطوح و در تمامی انواع کسب و کار است. کارشناسان به خوانندگان می‌گویند که چگونه وبلاگ نویس‌ها برداشت عموم از مایکروسافت را عوض کردند، چگونه کارمندان و رهبران شرکت‌ها از این ابزار برای ارتباط با مشتریان استفاده می‌کنند، چگونه از شرکت‌های کوچک گرفته تا شرکت‌های بزرگ مندرج در فهرست ۵۰۰ شرکت برتر فورچون، به شکلی یکسان از مزایای وبلاگ‌ها بهره می‌برند و ناتوانی در استفاده از این ابزار تا چه حد می‌تواند اسف بار باشد.

به علاوه، این چکیده کتاب به شما نشان می‌دهد:

- خطرات وبلاگ‌ها در کجاها دیده می‌شوند.
- چگونه باید خطرات وبلاگ‌ها را مدیریت کرد.
- چگونه باید به مشتریان اجازه داد که با شرکت شما ارتباط برقرار کنند.
- چرا آینده شما بستگی به توانایی شما در دادن امکان به مشتریان برای برقراری ارتباط با شرکتتان دارد.
- چگونه وبلاگ‌ها می‌توانند تصویر و اعتماد از دست رفته را احیا کنند.
- کدام فن‌آوری‌های نوین را باید مد نظر داشت.
- چرا وبلاگ نویسی این قدر در کسب و کار اهمیت دارد.
- شرکت‌ها در زمان وبلاگ نویسی، باید از چه قواعدی تبعیت کنند.

سازماندهی کرد. او معتقد است این ابتکاری است که هنوز به زمان نیاز دارد تا بتوان از تمام توانایی‌های آن استفاده کرد. او سعی کرده است تا تغییراتی را در فن‌آوری‌های مورد استفاده ایجاد کند. اکنون تعداد کاربران این فن‌آوری به شدت در حال افزایش است.

سرعت انطباق

به گفته دیوید سیفری^۷ مؤسس و مدیر عامل شرکت تکنوراتی^۸ (یک موتور خدمات رسان مانند گوگل^۹ که وظیفه اش پیگیری و بررسی وبلاگ‌ها، روندهای موجود و پیوندها و اتصالات میان آنها است) معتقد است که از سال ۲۰۰۳ به بعد، به طور میانگین، در هر پنج ماه تعداد وبلاگ‌ها دو برابر شده است. امروز حدود ۲۰ میلیون وبلاگ نویس در جهان حضور دارند و این تعداد همچنان رو به افزایش است. از سوی دیگر، یک سوم وبلاگ‌ها در نخستین سال تأسیس خود، متوقف می‌شوند. با این وجود، رشد سریع وبلاگ‌ها، از سرعت سایر فن‌آوری‌های موجود در تاریخ جهان بالاتر بوده است. گفته می‌شود حدود یک چهارم کلیه کاربران وب در ایالات متحده، وبلاگ‌ها را مطالعه می‌کنند.

وبلاگ چیست و چه کسی از آن استفاده می‌کند؟

وبلاگ چیزی فراتر از یک وب سایت شخصی نیست که می‌تواند اطلاعات مورد نظر شما را برای مدتی طولانی در معرض دید دیگران قرار دهد. اطلاعات جدید به جای پایین

6.Dave Winer

7.David Sifry

8.Technorati

9.like service-Google

مایکروسافت^۱ که در بسیاری مواقع، خود متخاصم تلقی می‌شود، به مبارزه با رقبا، کشمکش در صحن دادگاه‌ها با وکلای نهادهای دولتی و مقابله با نقض موضوعات امنیتی و مصونیت مشتریان در برابر چنین نقض‌هایی شهرت دارد. البته در سال‌های اخیر، مایکروسافت تلاش‌هایی جدی به عمل آورده است تا تصویر عمومی خود را توسعه دهد. والتر موزبرگ^۲ یکی از نویسندگان تأثیرگذار وال استریت ژورنال^۳ می‌نویسد: "از زمان برگزاری دادگاه ضد انحصار، مایکروسافت در حالتی تهاجمی قرار گرفته است. این شرکت دادگاه‌های زیادی را پشت سر گذارده که در جریان آنها، دولت‌ها و شرکت‌های دیگر از آن شاک می‌بوده‌اند. بیل گیتس^۴ از زمان کناره‌گیری از سمت مدیر عاملی شرکت، کمتر در دادگاه‌ها حاضر می‌شود. او از وبلاگ کمک می‌گیرد. حتی کارکنان او نیز همین رویه را در پیش گرفته‌اند. بنیاد خیریه بیل گیتس، اکنون فقط از طریق وبلاگ با مخاطبانش در ارتباط است. او توانسته به کمک وبلاگ‌ها، تصویر شرکتش را بهبود ببخشد."

پیمایش صورت گرفته بر اساس تعداد بازدیدکنندگان از وبلاگ مایکروسافت، نشان می‌دهد که هم اینک، مشتریان اعتماد بیشتری به این شرکت پیدا کرده‌اند.

مردم نه فقط وبلاگ‌ها

جو شوا آلن^۵ مدیر برنامه‌های مایکروسافت معتقد است که عوامل متعددی در تغییر برداشت‌های مردم دخالت دارند اما او احساس می‌کند که استفاده از خدمات وبلاگ، بیشترین تأثیر را داشته است. او در این خصوص می‌گوید: "فکر می‌کنم مایکروسافت تصویر ترسیم شده از خود را ملایم‌تر ساخته است. امروزه، مردم از جمله روزنامه‌نگاران اطلاعات بیشتری درباره مایکروسافت دارند. این امر عمدتاً ناشی از انگیزه و روحیه بالای کارکنان و توانایی شرکت برای جذب استعدادهاى جدید است. آنچه که مایکروسافت تجربه کرده است، چه درس‌هایی را می‌تواند در اختیار دیگر کسب و کارها قرار دهد؟ آلن در پاسخ این پرسش می‌گوید: "اگر این کار را انجام دهید و مشتریان به شما و کارتان علاقه مند باشند، مطمئن باشید که هرگز شرکت و کسب و کار شما به طور کامل از هم فرو نخواهد پاشید و شما می‌توانید به بقای خود امیدوار و حتی مطمئن باشید."

هر آنچه که هرگز تغییر نمی‌کند

تولد وبلاگ‌ها خیلی هم اتفاقی نبوده است. یکی از پیشگامان فن‌آوری امروز یعنی دیو واینر^۶ این خدمت جدید را ایجاد و

1.Microsoft

2.Walter Mossberg

3.Wall Street Journal

4.Bill Gates

5.Joshua Allen



تولد وبلاگ‌ها خیلی هم اتفاقی نبوده است. یکی از پیشگامان فن آوری امروز یعنی دیو واینر این خدمت جدید را ایجاد و سازماندهی کرد. او معتقد است این ابتکاری است که هنوز به زمان نیاز دارد تا بتوان از تمام توانایی‌های آن استفاده کرد. او سعی کرده است تا تغییراتی را در فن آوری‌های مورد استفاده ایجاد کند. اکنون تعداد کاربران این فن آوری به شدت در حال افزایش است.

فراهم می‌آورند اما هیچ کدام نمی‌توانند مانند وبلاگ این امکان را فراهم کنند که افراد در هر نقطه‌ای از جهان که باشند، تنها با یک رایانه و امکان دسترسی به اینترنت با هم و با چندین نفر، به راحتی گفتگو کنند.

وبلاگ نویسی در جنرال موتورز^{۱۰}

باب لوتز^{۱۱} نایب رییس و وبلاگ نویس شرکت جنرال موتورز، توانسته است از طریق وبلاگ به انبوهی از درخواست‌ها و پرسش‌های مشتریان پاسخ دهد. او هر روز، حداقل با ۱۰۰ نفر ارتباط مستقیم دارد.

در واقع وبلاگ نوعی سیستم مشابه با تبلیغات شفاهی و دهان به دهان است. لوتز معتقد است که وبلاگ نویسی به شما اجازه می‌دهد که:

- گفتگویی را بیابید و به آن بپیوندید. تقریباً در هر زمانی، افراد می‌توانند از طریق موتورهای جستجو، اطلاعات زیادی را درباره کسب و کارشان بیابند. هر کدام از این موتورهای جستجو، می‌توانند این امکان را به وجود آورند تا آنها انبوهی از سایت‌های مختلف را دنبال کنند و به اطلاعات آنها دست پیدا کنند. آنها از طریق وبلاگ‌ها می‌توانند وارد گفتگو با افراد مختلفی شوند. آنها می‌توانند در عرض کمتر از چند دقیقه به انبوهی اطلاعات درباره بازارها، شرکت‌ها و کارکنان آنها دست یابند.
- شبکه تعاملاتی خود را تقویت کنید. این امر نمایانگر استفاده از تبلیغات مؤثر و پیش‌نگرانه است. چنین آگهی‌ها و تبلیغاتی می‌توانند کارایی بسیار خوبی داشته باشند. وبلاگ‌ها و تبلیغات مورد استفاده از آنها می‌توانند با هزینه پایین، باعث تقویت شبکه تعاملاتی شما شوند و اجازه دهند تا شما از این طریق به بازدیدکنندگان بیشتری دست پیدا کنید.

سه تأثیر مهم وبلاگ‌ها بر شرکت فلوشیپ چرج^{۱۲} برایان بیلی^{۱۳}، مدیر شرکت فلوشیپ چرج در شهر

صفحات، در بالای صفحات و بلاگ درج می‌شوند و بنابراین افراد می‌توانند به سادگی متوجه شوند که چه اطلاعاتی دستخوش تغییر شده‌اند. در اکثر موارد، بازدیدکنندگان می‌توانند با نویسنده وبلاگ ارتباط برقرار کنند و نظرات خود را در مورد وبلاگ بنویسند و آنها را به اطلاع دیگران نیز برسانند. وبلاگ‌ها این امکان را دارند که به سادگی، به دیگر وبلاگ‌ها و حتی سایت‌های بزرگ متصل شوند. وقتی یک وبلاگ را می‌یابید، بدون این که خود متوجه شوید، ساعت‌ها وقت خود را صرف بررسی دیگر وبلاگ‌هایی می‌کنید که از طریق همان وبلاگ نخست بدان‌ها متصل شده‌اید. این امر بدان معنا است که هر وبلاگ نویسی، حرف‌هایی برای گفتن در شبکه جهانی دارد که محیط وبلاگ نامیده می‌شود.

شش رکن وبلاگ‌ها

۱. قابلیت انتشار. هر کسی می‌تواند یک وبلاگ منتشر کند. شما می‌توانید این کار را به شکلی ارزان و در هر زمانی انجام دهید. هر گاه که بخواهید می‌توانید اطلاعات خود را وارد آن کنید. همچنین امروزه می‌توانید اطلاعات خود را در هر نقطه‌ای از جهان، وارد وبلاگ خویش کنید.

۲. قابلیت یافته شدن. از طریق موتورهای جستجو، افراد می‌توانند وبلاگ‌ها را بر اساس موضوع، نویسنده یا هر دو بیابند. هر چه اطلاعات بیشتری وارد وبلاگ کنید، امکان پیدا شدن آن توسط دیگران بیشتر و راحت‌تر خواهد بود.

۳. اجتماعی بودن. فضای وبلاگ‌ها، محیطی برای گفتگو است. عناوین جذاب یک گفتگو، از یک سایت به سایتی دیگر می‌روند و در نتیجه شما می‌توانید در هر زمانی که بخواهید، با انبوهی از سایت‌های مختلف ارتباط برقرار کنید.

۴. سرعت. در اغلب موارد، اطلاعات از طریق وبلاگ‌ها خیلی سریع‌تر از سایر خدمات خیری منتقل می‌شوند. هم‌اینک، هیچ نوع شیوه بازاریابی، قابلیت انطباق و سازگاری با سرعت، کارایی و اثربخشی وبلاگ را ندارد.

۵. قابلیت ارتقا. با کلیک کردن بر روی یک آیکون، می‌توانید متوجه شوید آیا وبلاگی که در آن مشترک شده‌اید، روزآمد شده یا خیر.

۶. قابلیت ارتباط. به دلیل این که یک وبلاگ می‌تواند به سایر وبلاگ‌ها متصل شود، هر وبلاگ نویس این امکان را دارد تا با میلیون‌ها وبلاگ نویس دیگر ارتباط برقرار کند.

مهم‌ترین بُعد وبلاگ آن است که به صورت گفتگو است. اگرچه هیچ چیزی از جلسات رو در رو مهم‌تر نیست اما واقعیت‌های ارتباطات و کسب و کار جهانی امروز، داشتن چنین جلساتی را با تمامی مشتریان و البته سرمایه‌گذاران غیر ممکن ساخته است. تلفن، دورنگار، پست الکترونیک، پیامک و پیام‌های الکترونیکی، همگی امکان گفتگو میان افراد را

10.(GM) General Motors

11.Bob Lutz

12.Fellowship Church

13.Brian Bailey

وبلاگ‌های خوب بیش از هر عامل دیگری انگیزه و روحیه کارکنان را افزایش می‌دهند. آدام فیلیباوم^{۱۶} که اخیراً و پس از اخذ مدرک علوم رایانه از دانشگاه آیداهو^{۱۷}، به شرکت عظیم هواپیمایی بوئینگ پیوسته است، می‌گوید: "من برای کار کردن، شرکتی را انتخاب کرده‌ام که استفاده از وبلاگ حرف اول را در آن می‌زند. بوئینگ شرکتی بزرگ است و البته به همین دلیل، گاهی اعمال تغییرات در آن کار بسیار دشواری است. اما مسئولان این شرکت به محض اینکه در می‌یابند باید تغییری را در شرکت ایجاد کنند آن را از طریق فن آوری وبلاگ عملی می‌سازند."

تکنولوژی و وبلاگ‌های سیار

البته فن آوری همیشه یک موضوع مهم بوده و هست. مثلاً،



ما فرض می‌کنیم که وبلاگ‌های سیار - وبلاگ‌هایی که با کمک خدمات بی‌سیم شکل می‌گیرند - آنقدر رایج شده‌اند که گفته می‌شود رواج آنها از تلفن‌های همراه بیشتر و البته از رایانه‌های خانگی کمتر است.

این امر نشان می‌دهد که فرهنگ، همچنان نقش کلیدی را در زمینه نحوه استفاده و توسعه وبلاگ‌ها ایفا می‌کند. این امر می‌تواند ملی، نژادی، سازمانی یا بخشی باشد.

استفاده صحیح از وبلاگ

در اینجا ۱۱ راهکار یا تکنیک بیان شده‌اند که می‌توانند به

۱. درونی. بیشترین تأثیر را بر کسب و کار این شرکت داشته‌اند: درونی. بیشترین تغییرات در این بخش رخ داده‌اند. وبلاگ در سطوح مختلفی، میزان ارتباطات این شرکت را افزایش داده است. نگرش چرخ این امکان را فراهم آورده است که ایده‌ها و طرح‌های ارایه شده، به شکلی شفاف توسعه یابند.
۲. فردی. بیلی احساس می‌کند که وبلاگ باعث شده است تا او به شکلی منطقی‌تر با ایده‌های جدید برخورد کند. امروزه او به درک بهتری در این زمینه رسیده است.
۳. اجتماعی. این امر باعث شده است که مردم ارتباطات بیشتر و راحت‌تری با شرکت چرخ داشته باشند.

مشاوران می‌توانند از وبلاگ‌ها استفاده کنند

وبلاگ‌ها و وبلاگ‌نویسی به دو دلیل برای مشاوران مهم هستند:

۱. مشاورانی که از وبلاگ استفاده می‌کنند، شهرت خود را افزایش می‌دهند و می‌توانند خود را بدون توجه به فواصل جغرافیایی به دیگران بشناسانند. امروزه دیدگاه‌ها و افکار آنها به شدت بر بازارها تأثیرگذار هستند.
۲. امروزه تخصص مشاوره متحول شده و وبلاگ‌نویسی ابزاری مناسب برای انتقال دیدگاه‌های آنها به دیگر کسب و کارها است. اکنون وبلاگ‌ها به بخشی از استراتژی شرکت‌ها تبدیل شده‌اند. قبلاً رایانه‌ها و وب سایت‌ها چنین نقشی را ایفا می‌کردند. کارشناسان بر این باورند که آنها نقش‌های کلیدی را در تحقق اهداف سازمانی ایفا می‌کنند.

وبلاگ‌ها و فرهنگ‌های ملی

آلمان به عنوان پرجمعیت‌ترین کشور اروپا و رهبری فعالیت‌های مهندسی و فن آوری اطلاعات، کمتر از همسایه کوچک خود یعنی فرانسه در این زمینه فعال است. در آسیا نیز استفاده از وبلاگ‌ها و وبلاگ‌نویسی در ژاپن فراگیرتر از چین است. مسلماً برخی فرهنگ‌ها توجه بیشتری به وبلاگ‌ها دارند و به همین دلیل در زمینه استفاده از وبلاگ‌ها به موفقیت بیشتری دست یافته‌اند. فرانسوی‌ها بیشتر از آلمانی‌ها تمایل دارند افکار خود را با دیگران مطرح کنند. آمریکاییان نیز همین‌طور هستند. آلمان‌ها بیشتر محافظه‌کار هستند و کمتر تمایل دارند تا افکاری درونی و باطنی خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

چگونه استفاده از وبلاگ‌ها، انگیزه کارکنان در شرکت هواپیمایی بوئینگ^{۱۵} را افزایش داده است

16. Adam Philibaum

17. Idaho

14. Dallas

15. Boeing

نکته ۸. داستانی را بیان کنید.

وبلاگ نویسی سازمانی همانند گفتن یک داستان است. به جای پرگوئی، سعی کنید اطلاعاتی مفید را بیان کنید. در مورد عناصر یک داستان خوب، بیاندیشید. مطالعات موردی همیشه می توانند مفید و کمک کننده باشند.

نکته ۹. ارتباط داشته باشید.

حتی با دشمنانتان هم ارتباط داشته باشید. همین ارتباط را با رقیبانتان نیز داشته باشید. با هر کسی که امکان دارد، در ارتباط باشید. سعی کنید بهترین منابع خود را در اختیار دیگران قرار دهید.

نکته ۱۰. دنیایی واقعی را ترسیم کنید.

اگر وبلاگ تنها راهی است که مردم می توانند از طریق آن شما را بشناسند، شما تک بعدی خواهید شد. به همین دلیل است که هنوز هم به کنفرانس ها و گردهمایی ها در صنایع نیاز است.

نکته ۱۱. داورانی برای وبلاگ خود داشته باشید.

این ابزاری ساده است تا به کمک آن بتوانید آنچه را مردم می گویند به خوبی تجزیه و تحلیل کنید.

نویسندگان: رابرت اسکوبل به تدوین وب سایت مایکروسافت کمک می کند. او کارش را با وبلاگ خود یعنی www.scobleizer.com در سال ۲۰۰۰ آغاز کرد و اکنون ۳/۵ میلیون خواننده در روز دارد.

شل اسرایبل نقشی کلیدی و استراتژیک را در معرفی موفق ترین محصولات تکنولوژیکی در جهان ایفا کرده است. بیش از ۲۰ سال است که او متخصص نوآوری است.

کتاب مکالمات بی پرده توسط انتشارات جان ویلی و پسران ۱۸ در ۲۵۱ صفحه و با قیمت ۲۴/۹۵ دلار در سال ۲۰۰۶ منتشر شده است.

میثاق مدیران سرمایه گذاری مطمئن شما در توسعه مدیریت ایران را گرامی داشته، امیدوار است در خلق مزیت رقابتی، موثر واقع شود.

امور مشترکین: ۸۸۷۷۴۳۰۸

تلفن، دورنگار، پست الکترونیک، پیامک و پیام های الکترونیکی، همگی امکان گفتگو میان افراد را فراهم می آورند اما هیچ کدام نمی توانند مانند وبلاگ این امکان را فراهم کنند که افراد در هر نقطه ای از جهان که باشند، تنها با یک رایانه و امکان دسترسی به اینترنت با هم و با چندین نفر، به راحتی گفتگو کنند.

موفقیت وبلاگ ها و وبلاگ نویس ها کمک کنند. این ۱۱ راهکار عبارتند از:

نکته ۱. دنبال چه نام هایی باشیم و از چه موتورهای جستجو استفاده کنیم؟

قبل از این که عنوانی را وارد کنید، زمانی در حدود یک ساعت را صرف تحقیق در این مورد بکنند که چه کلماتی می توانند دسترسی به وبلاگ شما در موتورهای جستجو را تسهیل کند.

نکته ۲. قبل از شروع، چندین وبلاگ را بخوانید.

مجموعه ای منتخب از وبلاگ ها را مطالعه کنید تا متوجه شوید که چه اطلاعاتی و به چه صورتی توسط آنها ارائه شده اند.

نکته ۳. وبلاگی ساده تدوین کنید و همیشه تمرکز کافی بر وبلاگ خود داشته باشید.

بهتر است یک ایده اصلی را مطرح و امکان ارتباط با پیوندهای مختلف را فراهم آورید.

نکته ۴. شور و علاقه خود به کارتان را اثبات کنید.

نکته ۵. استقلال عمل خود را نشان دهید.

نکات ۴ و ۵ عناصری جداگانه هستند اما نباید در وبلاگ شما جدا از یکدیگر باشند. یک وبلاگ خوب سازمانی باید هم نشانگر شور شما باشد و هم استقلال عمل خود را اثبات کند.

نکته ۶. تفسیرهای خود را اضافه کنید.

یک وبلاگ خوب همانند یک مکالمه و گفتگوی خوب است نه یک سخنرانی یک طرفه. این حقیقت را در نظر داشته باشید که شما نمی توانید کنترل کاملی بر این روند داشته باشید و بخشی از کنترل در اختیار مخاطبانتان است.

نکته ۷. قابل دسترسی باشید.

اگر می خواهید اتفاقاتی ناخواسته برای شما رخ ندهد، همیشه این امکان را فراهم کنید تا افراد بتوانند به سادگی با شما ارتباط برقرار کنند.