

پنج توصیه ثروتمندترین مرد جهان برای موفقیت در کسب و کار



گروه مترجمان میثاق مدیران
info@MisaqModiran.com

در این نوشتار بر آنیم تا به توصیه های بیل گیتس برای موفقیت در کسب و کار پردازیم و با شیوه کسب و کار و رازهای موفقیت این غول کامپیوتری آشنا شویم.

بیل گیتس از ۱۱ سال قبل عنوان ثروتمندترین مرد جهان را به خود اختصاص داده است. دارایی او در حدود ۵۱ میلیارد دلار تخمین زده می شود. گیتس از ۴۳ سالگی ثروتمندترین مرد جهان شده است. او از ۲۰ سالگی تاکنون رئیس شرکت مایکروسافت بوده است که ارزش آن حدود ۵۰ بیلیون دلار بر آورد می شود. گیتس با ایجاد دگرگونی در مایکروسافت و تبدیل آن به یک بازیگر مهم در صنعت کامپیوتر، توانست این تفکر را رایج سازد که برای ایجاد زمینه رشد خیلی زیاد، باید استانداردهای مشخصی در این صنعت ایجاد شود. او همچنین می دانست داشتن قدرت در صنعت کامپیوتر، امکان بالقوه ای برای اوج گرفتن در دنیای تجارت و خدمات است. ثروت گیتس به اندازه ای است که خارج از درک ما است. البته این واقعیت، هم مایه رشک ما است و هم کنجکاوی ما را بر می انگیزد. اما آنچه مهم است شیوه کسب و کار گیتس است. گیتس در این زمینه به مدیران هشدار می دهد: "به همه کسب و کارها هشدار می دهم که حتی اگر تاکنون در صنعت خود بی رقیب هستند، ممکن است به زودی مورد هجوم بازیگران داد و ستد اینترنتی قرار بگیرند". در واقع گیتس پدیده قرن بیستم یعنی بزرگترین غول کامپیوتری است که طلوع برق آسای وی همراه با شهرت و اقبالش، مویذ ظهور یک نظم جدید در تجارت جهانی است. گیتس در شیوه کسب و کار خود به مدیران توصیه می کند که با "الگوی زندگی اینترنتی" آشنا شوند: "دستهای خود را بکار اندازید بایستی با پست الکترونیک و دیگر ابزار دیجیتال کار کنید و با روش کار آنها خوب آشنا شوید. باید به چشم ببینید که سایت اینترنتی رقیبان چگونه است. بایستی جزو کاربران اینترنت شوید، چندین کتاب در این زمینه بخوانید و سفر با شبکه جهانی را آغاز کنید"

توصیه اول: جریان اطلاعات را خون زندگی بخش بدانید.



گیتس عقیده دارد که شایسته ترین راه شاخص نمودن شرکت در میان رقیبان و بهترین راه پیش افتادن از دیگران، بهره برداری کارآمد از اطلاعات است. او معتقد است چگونگی و روش گردآوری مدیریت و کاربرد اطلاعات است که سر نوشت برد و یا باخت ما را رقم می زند. به نظر گیتس برندگان آنهایی خواهند بود که با ایجاد یک دستگاه عصبی دیجیتالی سراسری، جریان اطلاعات را در میان همکاران و مشتریهای وابسته به خود، ساده و روان نمایند و در سایه آن به بهینه سازی و یادگیری پیوسته پردازند.

گیتس برای روان ساختن جریان پیوسته اطلاعات در سازمانها، دوازده اصل بنیادین را بر می شمارد:

۱. در بحث ارتباطات سازمانی بر پست الکترونیک یا فشاری کنید زیرا می توانید در برابر خبرهای تازه، با شتاب لازم واکنش نشان دهید.

۲. داده ها و اطلاعات فروش را همواره به صورت دو خط موازی بر نمایشگر رایانه بررسی کنید تا به آسانی به سهم و روند بازار آگاه شوید. به روند کلی و همچنین خدمات موردی مشتریان توجه نمایید

گیتس عقیده دارد که شایسته ترین راه شاخص نمودن شرکت در میان رقیبان و بهترین راه پیش افتادن از دیگران، بهره برداری کارآمد از اطلاعات است. او معتقد است چگونگی و روش گردآوری مدیریت و کاربرد اطلاعات است که سر نوشت برد و یا باخت ما را رقم می زند.

۳. در تجزیه و تحلیل وضع کسب و کار، از رایانه شخصی (PCS) بهره بگیرید و کارکنان فرهیخته را در بخشهای نیازمند به سطح فکری بالا در زمینه تولید، خدمات و سودآوری بگمارد

۴. به یاری ابزار دیجیتالی، تیمهای نمادین (مجازی) فراسازمانی بیافرینید تا اعضا بتوانند به سرعت آگاهیهای همدیگر را در سراسر جهان افزایش دهند.

۵. همه فرآیندهای کاغذی را به دیجیتالی تبدیل کنید و تنگناهای اداری را برطرف نمایید. در این صورت کارکنان فرهیخته برای وظیفه های مهمتر آزاد می شوند.

۶. با بکارگیری ابزار دیجیتالی از فعالیتهای تک - وظیفه ای بکاهید و یا آنها را به فعالیتهای ارزش افزا تبدیل کنید، تا مهارتهای کارکنان فرهیخته را خوب بکار گیرید.

۷. جریان باز خورد دیجیتالی بوجود آورید تا به افزایش کارایی فعالیتهای کمی و کیفیت کالاها و خدمات بیفزاید. بایستی همه کارکنان به آسانی بتوانند رعایت معیارها و استانداردهای اصلی پیگیری کنند.

۸. نظام دیجیتالی را برای انتقال دیدگاهها و شکایتهای مشتریان

به کارکنانی که مسئولیت و توان بهسازی فرآورده ها را دارند بکار گیرید.

۹. به یاری ارتباطات دیجیتال طبیعت و چگونگی مرزها و پیرامون کسب و کار خود را دوباره بررسی کرده و خوب بشناسید. با دریافت اخطارهای ناشی از دگرگونی وضع مشتریان، سازمان را بزرگ تر و مهم تر/یا کوچک تر و خودمانی تر (صمیمی تر و نزدیکتر به هر مشتری) کنید.

۱۰. اطلاعات بازرگانی را با شتاب انتقال دهید. با بکارگیری روش جابجایی دیجیتالی، چرخه داد و ستد اسناد را با تامین کنندگان و شریکان کوتاه کنید و در همه موارد به هنگام باشید. ۱۱. فرآورده ها (کالا/خدمات) را با کمک روشهای دیجیتالی به مشتریان برسانید و دست واسطه ها را کوتاه کنید. چنانچه کسب و کار شما جنبه واسطه گری دارد با بکارگیری ابزار دیجیتالی، ارزش و اهمیت داد و ستد را در نزد مشتری بالا ببرید. ۱۲. با کمک ابزار دیجیتالی مشتریان را در حل مشکلات خود راهنمایی کنید. دیدارهای حضوری را به پاسخگویی به نیازمندیهای پیچیده و پر ارزش مشتریان اختصاص دهید.

توصیه دوم: بازرگانی اینترنت را بشناسید و بکار گیرید. گیتس می گوید که شرکتهای سازمانهای تجاری در دهه آینده ابزارهای دیجیتالی را به خدمت خواهند گرفت چرا که تصمیم گیری های پر شتاب، واکنشهای کارآمد و تماسهای بی واسطه با مشتریان از ویژگیهای شرکتهای سازمانهای سده بیست و یکم است که در آنها بسیاری از داد و ستدها به صورت خود خدمتی (سلف سرویس) دیجیتالی در خواهند آمد، واسطه ها یا به فعالیتهای ارزش آفرین رو خواهند آورد و یا میدان را خالی خواهند کرد و واحد خدمات مشتریان پیشاهنگ فعالیتهای ارزش افزا در هر کسب و کاری خواهد شد. بنابراین تیم مدیریت یک شرکت و یا سازمان تجاری باید خود را با اینترنت آشنا کرده و زمانی را صرف آماده ساختن نظریه ای در باره دهه آینده و دگرگونی های رخ داده در کسب و کار کند و راههای اجرای چنین دیدگاهی را با گروه فناوری اطلاعات شرکت در میان بگذارد.

گیتس عقیده دارد که اینترنت با ارتباط دادن مستقیم خریداران و فروشندگان، راه رسیدن به سرمایه داری بی دردسر را هموار خواهد ساخت و با کاستن هزینه های داد و ستد واسطه را از میان خواهد برد. تنها دسته کوچکی از دارندگان کسب و کارها با برگزیدن قیمتهای بسیار پایین به پیروزی خواهند رسید و بسیاری دیگر باید راهبرد خدمت بهتر به مشتریان را پیشه کنند. پس با توجه به نظر گیتس، اگر بخواهیم در دهه آینده برای موفقیت سازمان به کارهای خدماتی سرگرم شویم، باید کارکنان فرهیخته را به ابزار دیجیتالی اطلاعات مجهز کنیم تا بتوانند با مشتریان ارتباط برقرار نمایند.

بیل گیتس می گوید که برای بهره گیری از توانمندیهای بی مانند اینترنت در افزایش پیوند دو سویه با مشتریان، باید یک سایت در

شبکه جهانی برپا سازیم که این امر خود نیازمند پشتیبانی بی دریغ مدیریت ارشد و شناخت ایشان از فناوری اینترنتی می باشد. به نظر گیتس یک شبکه خوب جهانی می تواند فروشندگان را به مشاوران مشتری تبدیل کند. ضمن اینکه بخش بزرگی از ارتباط دو سویه اینترنتی با مشتریان مربوط به عرضه خدمات و پشتیبانی از فعالیت ایشان است.

چنانچه کیفیت خدمات پایین باشد موجب بدنامی گسترده و شکست می شود زیرا گستره اینترنت برای پیدا کردن فروشنده وسیع است بنابراین باید نظام دیجیتالی شرکت و سازمان تجاری ما توان عرضه خدمات ویژه شخصی به مشتریان را داشته باشد. این فرصت را فراهم کند که اطلاعات را جانشین دارایی های عینی نماید و زیر بنای نظام دیجیتالی شما، کاربرد ابزار صوتی، تصویری و حرکتی (ویدیویی) را در آینده ممکن سازد. گیتس توصیه می کند که ما با الگوی تار عنکبوتی سازگار شویم که در آن همه واحدهای شبکه جهانی از راه اینترنت به هم پیوند می خورند. در الگوی زندگی تار عنکبوتی گیتس، حرکت در شبکه اینترنت همانند حرکت عنکبوت در تور خود

گیتس عقیده دارد که اینترنت با ارتباط دادن مستقیم خریداران و فروشندگان، راه رسیدن به سرمایه داری بی دردسر را هموار خواهد ساخت و با کاستن از هزینه های داد و ستد واسطه را از میان خواهد برد. تنها دسته کوچکی از دارندگان کسب و کارها با برگزیدن قیمتهای بسیار پایین به پیروزی خواهند رسید و بسیاری دیگر باید راهبرد خدمت بهتر به مشتریان را پیشه کنند.

است که می تواند در همه جهات و با شتاب حرکت کند. بنابراین ما باید ارتباط دو سویه با مشتریان خود را به کمک اینترنت از همین امروز آغاز کنیم و ابزارها و نظامهای دیجیتالی را که مشتریان هنگام روی آوردن از نظام سنتی به الگوی اینترنتی به آنها نیاز دارند، فراهم کنیم.

به نظر گیتس فناوری الگوی تار عنکبوتی ایجاب می کند که ما با افراد حرفه ای برون سازمانی مانند وکیلان دادگستری و حسابداران ارتباط مستقیم و پیوسته داشته باشیم. همچنین در این نظام دیجیتالی باید بیشتر به کارهای اصلی و ویژه سازمان پردازیم و بقیه کارها را به پیمانکار بدهیم.

گیتس می گوید که در هر کسب و کاری نخستین باشید و پیش از دیگران به بازار وارد شوید تا موقعیت رقابتی شرکت را بهبود بخشید. اما نکته ای که گیتس در این میان مطرح می کند این است که شتاب و نخستین بودن در کسب و کار بیشتر فرهنگی است تا فنی، یعنی باید دست اندر کاران را قانع کنیم که ادامه کار پیروزمندانه سازمان در گرو حرکت پر شتاب همگانی است.

گیتس در همین خصوص توصیه می کند که برای رسیدن به برگشت سریع سرمایه، کیفیت برتر و بهای ارزان فرآورده ها، از جریان روان داده های دیجیتالی استفاده کنیم و در میان سازندگان، تامین کنندگان، بخش فروش و دیگر فعالیتهای... ارتباط الکترونیکی برقرار سازیم تا برنامه ریزی را هر چه سنجیده تر کنیم و به تغییرات پیش آمده در تولید، در همان نوبت هشت ساعته کاری، واکنش نشان دهیم.

توصیه سوم: دانش و آگاهی را به خدمت اندیشه های راهبردی در آورید. توصیه سوم بیل گیتس، ثروتمندترین مرد جهان و غول کامپیوتری قرن بیست و یکم، برای موفقیت در کسب و کار این است که دانش و آگاهی را به خدمت اندیشه های راهبردی در آوریم. گیتس برای این منظور، رعایت نکات زیر را ضروری می داند:

۱. خبرهای ناگوار را با شتاب پخش کنید.

گیتس عقیده دارد که یکی از ویژگیهای هر مدیر خوب این

آگاهی به عدد و رقمهای سازمان، مهم تر از تراز کردن ماهانه دفترهای حسابداری است. این داده ها در بازاریابی و سامان دادن به امور هم به درد می خورند. عددها بر کاغذ حالت ایستا و مرده دارند اما داده های دیجیتالی ترغیب کننده اندیشیدن و حرکت هستند. آمار و عددهای درست و تازه ما را به پاسخگویی به هنگام به مشتریان و شریکان وامی دارند

است که بتواند به جای انکار خبرهای بد، با آنها کنار بیاید. بنابراین مدیران عامل باید خبرهای بد را جستجو و پذیرش کنند و سازمان را به پاسخگویی مناسب تشویق کنند. به این مهم اطمینان داشته باشید که خبرهای بد نیز همانند خبرهای خوش در مدیریت خریدار دارد. همچنین به نظر گیتس توانایی یک شرکت در میدان رقابت به توان پاسخگویی آن شرکت در برابر رخدادهای برنامه ریزی نشده (خوب یا بد) بستگی دارد. گیتس توصیه می کند اشتباهات ارزشمند و تجربه های شکست خورده در راهی درست را ارج بنهیم و به آنها پاداش دهیم.

گیتس در برخورد با خبرهای ناگوار توصیه می نماید که نظامهای دیجیتالی را در سراسر سازمان به وجود آوریم تا به ما در شناخت ابعاد گوناگون رخدادهای بد در سراسر سازمان کمک کند. این نظام دیجیتالی باید ما را در گردآوری داده های مورد نیاز و تشکیل تیمهای مشکل گشا یاری رساند. همچنین گیتس توصیه می کند که از افرادی در واحدهای مختلف و نقاط جغرافیایی دور از هم، تیمهای نمادین (مجازی) تشکیل دهیم تا در مواقع

بحرانی به کمک مدیریت بشتابند.

۲. خبرهای بد را به پیامدهای خوب تبدیل کنید.

گیتس عقیده دارد که برای موفقیت در کسب و کار باید به پیشواز خبرهای بد برویم تا جاهایی را که نیاز به بهسازی دارند بشناسیم و خبرهای بد را به پیامدهای خوب تبدیل کنیم. گیتس برای موفقیت در این امر توصیه می کند که ناخشنودترین مشتریان را به عنوان بزرگترین منبع یادگیری مدیریت در یابیم و در کسب و کار خود ساختار و سیاستهای را اجرا کنیم که شکایتهای را با شتاب و بی واسطه با راه حلها پیوند دهند. برای این منظور می توانیم یک نظام دیجیتالی را ایجاد کنیم تا بتوانیم اطلاعات باز خوردی از مشتریان را با ابزار الکترونیک دریافت و تجزیه و تحلیل کنیم تا در یابیم که آنها از ما چه می خواهند؟ این نظام دیجیتالی باید شکایتهای دریافتی از مشتریان را با شتاب به افراد مسئول برساند تا اشکالات را برطرف سازند. همچنین این نظام دیجیتالی باید توان پاسخگویی به پرسش کنندگان را به هنگام در زمان مناسب داشته باشد.

توصیه دیگر گیتس در این خصوص این است که پرسشهای عادی و تکراری را در سایت شبکه ای پاسخ دهیم و تلفن را برای تماسهای ضروری و دشوار نگه داریم.

۳. از آمارهای خود آگاه باشید.

برای اینکه به اهمیت آمار در مدیریت واقف شویم به این سخن ویلیام گرلی در کتاب بالای سر جمعیت اشاره می کنیم که می گوید: برای رسیدن به نور رستگاری، باید اطلاعات دقیقی از سفارش خریدهای همه مشتریان (تازه و قدیمی) و هرگونه اموال شرکت (ثابت و عینی و موجودیهای گوناگون) داشته باشید. چگونه می توانید چنین کنید؟ فناوری اطلاعات و بکارگیری شجاعانه آن، چنین امکانی را برای شما فراهم می آورد.

گیتس نیز عقیده دارد که آگاهی از اعداد و تحلیل و فهم آنها بنیان شناخت هر کسب و کار است و می گوید: آگاهی به عدد و



رقمهای سازمان، مهم تراز کردن ماهانه دفترهای حسابداری است. این داده‌ها در بازاریابی و سامان دادن به امور هم به درد می‌خورند. عددها بر کاغذ حالت ایستا و مرده دارند اما داده‌های دیجیتال ترغیب‌کننده اندیشیدن و حرکت هستند. آمار و عددهای درست و تازه ما را به پاسخگویی به هنگام به مشتریان و شریکان وا می‌دارند. بنابراین گیتس توصیه می‌کند که نظام دیجیتال که ما در سازمان به وجود آورده ایم باید بتواند داده‌های مربوط به کسب و کار را بی‌درنگ و از نقطه داد و ستد با مشتریان و شریکان دریافت کند. داده‌های متعلق به شریکان را با داده‌های ما یک کاسه کند و همه نیازها را برآورده سازد.

۴. انسانها را به کارهای فکری یکشانید.

گیتس می‌گوید که باید نرم افزارهای تحلیلی را ارایه دهیم که به ما این فرصت را بدهد تا نیروی انسانی ارزشمند خود را از گردآوری اطلاعات رها نماند و به فعالیتهای ارزش آفرین بگماریم، تا این نیروها بازده شگرفی داشته باشند. تجزیه و تحلیل‌های نرم افزاری خود را باید ابتدا در جاهایی بکار بگیریم که نتیجه‌های مشخص بیار آورند و حرکت را از بازاریابی و تبلیغات توده وار و همگانی به سوی تبلیغات هدفدار و بر روی گروهی مشخص آغاز کرده و ادامه دهیم. برای رسیدن به این اهداف گیتس توصیه می‌کند که نظام دیجیتال ما باید توان تجزیه و تحلیل پیچیده الگوهای خرید مشتریان را داشته باشد، به گونه‌ای که بتواند در نتیجه رساندن خدمات ویژه فردی به مشتریان، یاور سازمان باشد. این نظام دیجیتال باید بتواند به کمک داده‌های جمعیتی، مانند درآمدها، گروه سنی، توزیع جغرافیایی و یا آمارهای دیگر، گروههای مشتریان سودآور و گروههای کم بازده را شناسایی کند. همچنین این نظام دیجیتال باید بتواند این امکان را برای کارکنان فراهم کند تا آنها از کار عادی و تکراری فاصله گرفته و به فعالیتهای استثنایی بپردازند. این کارکنان باید به آسانی به عددها و داده‌های دیجیتال دسترسی داشته باشند و از سر فصلها و چکیده‌ها به ریز داده‌ها بروند و داده‌ها را از جهت‌های مختلف بررسی کنند.

۵. بهره‌هوشی سازمان خود را بالا ببرید.

این بحث را با سخنی از جک ولش رئیس هیات مدیره جنرال الکتریک آغاز می‌کنیم که می‌گوید: توان یادگیری و به عمل در آوردن پر شتاب آموخته‌ها، بزرگترین امتیاز رقابتی را در اختیار سازمان می‌گذارد.

گیتس برای آنکه بهره‌هوشی سازمان خود را بالا ببریم، توصیه می‌کند که از مدیریت دانایی استفاده کنیم؛ یعنی اطلاعات را گردآوری و سازماندهی کرده و سپس به کاربرانی که بدان نیاز دارند برسانیم. برای بهسازی پیوسته اطلاعات از راه تجزیه و تحلیل داده‌ها با دیگران همکاری داشته باشیم، به واکنش مشتریان شتاب ببخشیم و آموزش را بی‌دردسر کنیم به گونه‌ای که به افراد

این امکان را بدهیم تا در خانه و یا محل کارشان، در پشت میز خود و هرگاه که برنامه‌هایشان اجازه دهد، به آموختن بپردازند. باید بر روی بزرگترین دارایی یعنی افراد باهوش سرمایه‌گذاری کنیم و افراد هوشمند را به استخدام سازمان درآوریم. گیتس نقش مدیر عامل را در بالا بردن بهره‌هوشی سازمان بسیار موثر می‌داند و عقیده دارد که نقش مدیر عامل در بالا بردن بهره‌هوشی شرکت حکم می‌کند تا محیط کار را به گونه‌ای بیافریند که همکاری و مشارکت در اندوخته‌های علمی را برای کارکنان فراهم سازد، نقاطی را که در آنها هم‌اندیشی و همکاری سودمند است، نشان دهد؛ ابزار دیجیتال به منظور آسان ساختن پخش مهارتها و مشارکت در دانسته‌ها را فراهم نماید و به کارکنان در برابر همکاریها و از خود گذشتگی‌هایی که برای آموزش دیگران از خود نشان می‌دهند، پاداش مناسب بدهد.

۶. به یاد داشته باشید که بردهای بزرگ با خطرهای بزرگ همراهند.

به نظر گیتس در آغوش کشیدن پیروزی‌های بزرگ، گاهی به خطر کردهای بزرگ نیاز دارد و باید در صنعت، اطلاعات را جانشین موجودی انبارها کنیم و در فعالیتهای دانش بر، اطلاعات

به نظر گیتس باید به نیروی ابتکار فرد میدان داده شود و کارکنانی که نسبت به نظامهای تولید و طرز کار آنها آگاهی بیشتری دارند، بهتر و هوشمندانه تر بکار گرفته شوند.

را در برابر خطرها قرار دهیم. گیتس در این خصوص می‌گوید: دور بودن از اطلاعات در میدان کارهای دانش بر، همانند جدا کردن مغز از پیکر دانشمند فریخته است. بنابراین گیتس توصیه می‌کند که یک نظام دیجیتال را در سازمان به وجود آوریم و این نظام را در بست در اختیار خود قرار دهیم تا بتواند مدیریت دانایی، عملیات سازمان و نظامهای بازرگانی را آنچنان به هم پیوند زند که با همدیگر یک نظام یکپارچه دیجیتال بیافریند. این نظام دیجیتال باید توان آزمایش فرآورده‌ها بر مبنای استانداردها و پذیرش جهانی را داشته باشد و ضمن بازرنگری لازم مهار کار را از دست ندهد.

توصیه چهارم: به عملیات سازمان خرد بیفزایید. یکی دیگر از توصیه‌های بیل گیتس برای موفقیت در کسب و کار این است که به عملیات سازمان بینش بیفزاییم. گیتس در این خصوص نیز رعایت موارد زیر را توصیه می‌کند:

۱. فرآیندهایی را برگزینید که به کارکنان اختیار می‌دهند. گیتس عقیده دارد که باید به نیروی ابتکار فرد میدان داده شود

و کارکنانی که نسبت به نظامهای تولید و طرز کار آنها آگاهی بیشتری دارند، بهتر و هوشمندانه تر بکار گرفته شوند.

گیتس در این خصوص می گوید: سخت اعتقاد دارم که اگر شرکتها به کارکنان خود آگاهی و اختیار لازم و ابزار بکارگیری آنها را بدهند دستاوردهای شگفت انگیز و آفرینشهای چشمگیری از آن جوانه خواهد زد. بنابراین باید کارکنان فرهیخته ای به کار گرفته شوند تا شغل‌های وظیفه محور از میان برود و یا در فرآیندهای گسترده ای ادغام شوند. برای این منظور گیتس توصیه می کند که کارکنان خط تولید به داده های به هنگام دسترسی داشته باشند تا به کمک آنها بتوانند کیفیت فرآورده ها را بهتر کنند و نظام تولید و ساخت فرآورده ها را با دیگر نظامها یکپارچه سازند.

۲. به یاری فناوری اطلاعات به مهندسی دوباره پردازیم.

پاول اونیل رئیس هیات مدیره و مدیر عامل الکو می گوید: من به فناوری اطلاعات به چشم یک نظام مستقل می نگرم. از دید من این نظام یک رهگشای پرارزش است شاید اثرش اینست که ما را به چنین پرسشی وامی دارد؛ چرا، چرا، چرا؟

گیتس عقیده دارد که فناوری اطلاعات عصای دست فرآیندهای کارآمد است که این فرآیندها در زمان و منابع دیگر تا ده برابر بیشتر، صرفه جویی می کنند. گیتس می گوید که باید همه فرآیندها را باز ارزشیابی کنیم و فرآیندهایی بیافزینیم که ساده و موثر باشند و همه مانع ها را دور بریزیم. برای حل بسیاری از مشکلات باید فرآیندها را در جهت عرضه اطلاعات روان و بهینه، از نو طراحی کنیم. شمار افراد درگیر در یک فرآیند و نیز شمار دست به دست شدن کار را کاهش دهیم تا مسایل کم و ساده شوند. باید رهبران کسب و کارها را برای تصمیم گیری درکنار مدیران فناوری اطلاعات، در زمینه نیازهای شرکت به کار بگیریم.

به نظر گیتس پیچیدگی سبب مرگ برنامه های مهندسی دوباره می شود، بنابراین باید یک نظام دیجیتالی ایجاد کنیم که به رشد پر شتاب راه حلها در بستر زمان کمک کند، امکان پیگیری موقعیتهای گوناگون را به کاربران بدهد، روند پیشرفت کارها و جاهایی را که به تصمیم گیری مدیریتی نیاز هست، نشان دهد، یک فرآیند بزرگ را به چندین زیر مجموعه مستقل تبدیل کرده و نتیجه کار آنها را بهم ارتباط دهد تا یک نظام کارآمد بوجود آید. از یک جریان روان اطلاعات دیجیتالی برای ساده کردن سراسر فرآیند کار بهره بگیرید و با افزایش ابزارها و راه حلهای کوچک تر و سراسر دیجیتالی، از روی آوردن به چرخه های گسترده و دراز مدت حل مسایل خودداری کنید.

۳. فناوری اطلاعات را منبعی راهبردی به حساب آورید.

بیل گیتس عقیده دارد مدیر عامل باید به فناوری اطلاعات به چشم منبعی راهبردی بنگرد که به افزایش درآمد شرکت کمک می کند. باید مدیر عامل، فناوری اطلاعات را نیز همپای فعالیتهای شرکت به خوبی بشناسد و مدیر ارشد فناوری اطلاعات باید

خود عنصری از گروه گسترش راهبردهای شرکت باشد تا بتواند نظام اطلاعات را در خدمت اجرای راهبردها سامان دهد. گیتس توصیه می کند که نظام دیجیتالی ما هر ساله بخش اندکی از بودجه را صرف امور جاری و بخش بزرگ تر را در راه گسترش نظام اطلاعات و دستیابی به ابزار بهتر هزینه کند. همچنین این نظام دیجیتالی باید چند ابزار درجه یک در اختیار داشته باشد و در مواقع لزوم ابزارهای جدید کار به نظام کنونی افزوده شود.

توصیه پنجم: در انتظار غیر منتظره ها باشید. جک ولش مدیر عامل شرکت جنرال الکتریک می گوید: هر دگرگونی با خود فرصتی به همراه می آورد بنابراین سازمانها باید به جای رخوت، از دگرگونی ها نیرو بگیرند.

بیل گیتس نیز از دگرگونی ها استقبال کرده و عقیده دارد که رهبران پیروزمند آنهایی هستند که به پیشواز روشهای نوین کسب و کار می روند. بنابراین گیتس توصیه می کند که برای آینده دیجیتالی محور خود را آماده سازیم تا از فناوری بالاترین بازده را بدست آوریم.

اما آنچه گیتس بیش از همه بر روی آن تاکید دارد این است که باید بپذیریم که در عصر دیجیتالی زندگی می کنیم تا از پیامدهای مثبت و توانمندیهای آن بهره بگیریم. گیتس می گوید که من فردی خوش بین هستم و به پیشرفت اعتقاد دارم. من از اینکه در چنین دوره ای از تاریخ زندگی می کنم خشنودم؛ ابزار دوران صنعتی به کمک ماهیچه های ما آمدند، ابزار دوران دیجیتالی میدان فعالیت و توان مغز و اندیشه ما را گسترش می دهند. بسیار خوشحالم که فرزندانم در این دوران رشد می کنند.

بیل گیتس عقیده دارد برای آنکه بتوانیم با دگرگونی ها کنار آمده و این دگرگونی ها را به خدمت بگیریم باید ابزارهای دیجیتالی را برای باز آفرینی روش کار خود به خدمت بگیریم تا به یاری یک سیستم عصبی دیجیتالی، با شتاب لازم اندیشه، به کسب و کار پردازیم.

A Gift, Thousand Reminders.

