

در این مطلب سعی در معرفی کتاب‌های مفید در زمینه مدیریت و توسعه فردی و بازاریابی به شما را داریم. در ادامه اسامی کتاب‌ها همراه مشخصات و توضیحی مختصر از موضوع کتاب برایتان آورده‌ایم

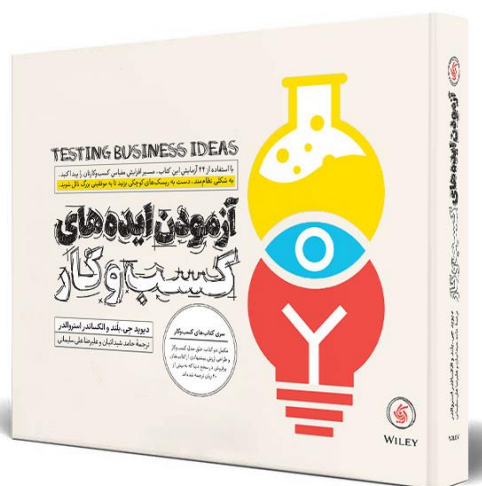
۱- سود و دیگر هیچ ، اثر : «مایک میکالوویتس»



چاپ دوم / انتشارات آریانا قلم / شابک: ۹۷۸۶۰۰۷۶۷۷۸۱۰ / حوزه مدیریت و کارآفرینی

میکالوویتس در کتاب «سود و دیگر هیچ» به موضوعی اشاره می‌کند که امروزه بیشتر کسب‌وکارها با آن مواجه هستند یعنی کسب سود بیشتر. او می‌گوید فرمول‌های قدیمی سود، دیگر جواب نمی‌دهند؛ بنابراین کسب‌وکارها برای حفظ بقا و رشدشان نیاز به اتخاذ رویکرد و روش‌های جدید و متفاوتی دارند. او می‌گوید: برداشت سود بر پرداخت بدهی اولویت دارد؛ بنابراین اول سودتان را بردارید بعد بدهی‌هایتان را پردازید. هم‌چنین این کتاب به داستان شرکت‌های زیادی اشاره می‌کند که از این روش پیروی کردند و به موفقیت رسیدند

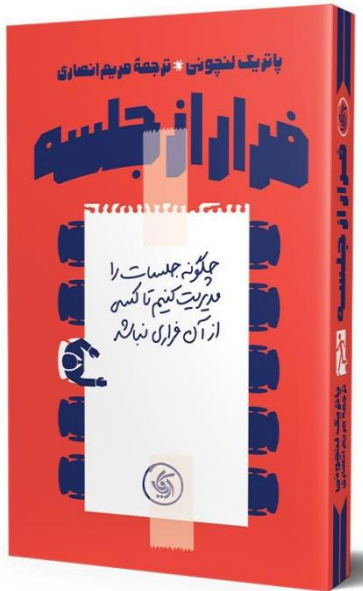
۲- آزمون ایده‌های کسب و کار



اثر : «دیوید جی. بلند و الکساندر استروالدر»

چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۹-۱۳-۴ / حوزه کارآفرینی

کتاب «آزمون ایده‌های کسب‌وکاری» توضیح می‌دهد که آزمون نظام‌یافته‌ی ایده‌های کسب‌وکاری، چگونه ریسک را به میزان چشم‌گیری کاهش داده، احتمال موفقیت را برای هر سرمایه‌گذاری یا پروژه کسب‌وکاری جدید افزایش می‌دهد. این کتاب، با «بوم مدل کسب‌وکار» و «بوم ارزش پیشنهادی» که در سطح بین‌المللی شناخته شده هستند آغاز می‌کند و «نقشه مفروضات» و دیگر آزمایش‌های قدرتمند «استارت‌آپ ناب‌گونه» را به آن‌ها می‌افزاید.



۳- کتاب فرار از جلسه ، اثر : «پاتریک لنچونی»

چاپ دوم / انتشارات آرایانا قلم / شابک ۹۷۸۶۰۰۷۶۷۷۹۷۱ / منابع انسانی
و رهبری

اگر جلساتی که برگزار می کنید:

به بحث‌های حاشیه‌ای کشیده می شود

به نتیجه خاصی نمی رسد

مسئولیت و وظایف افراد به صورت شفاف مشخص نمی شود

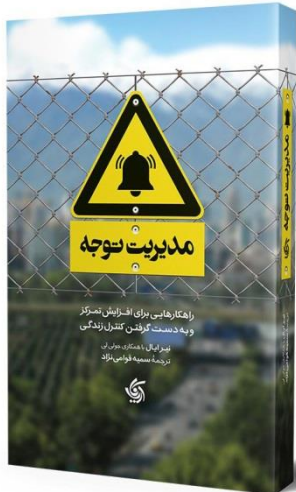
و نهایتاً تصمیمی گرفته نمی شود

در چنین شرایطی جلسات تان اطلاق وقت است و نه فرصتی برای رشد و سودآوری بیشتر

اگر چه برگزاری جلسه، بخش جدایی ناپذیر هر سازمانی است اما طبق آمار، اکثر جلسات خروجی و بازدهی چندانی ندارند. به طور مثال جلسه‌ای که قرار بود یک ساعت باشد بیشتر از دو ساعت به درازا می کشد بی آن که خروجی خاصی داشته باشد. بنابراین مساله‌ی اصلی، جلسه نیست بلکه چگونگی برگزاری آن است. آن هم به شکلی که به نتایج و تصمیمات درستی منتهی شود.

این بار پاتریک لنچونی که مشاور و نویسنده‌ی شناخته شده‌ای در حوزه‌ی مدیریت است دست روی یکی از مسائل مهم و دست کم گرفته شده‌ی دنیای کسب و کار گذاشته است. او در کتاب فرار از جلسه، ابتدا در قالب داستانی پرکشش از اهمیت جلسات اثربخش صحبت می کند و در ادامه راهکارهایی کاربردی برای برگزاری این گونه جلسات ارائه می کند.

۴- کتاب مدیریت توجه ، اثر : «نیر ایال»



چاپ اول / انتشارات آریانا قلم / شابک ۹۷۸۶۲۲۷۰۸۹۱۲۷ / حوزه منابع انسانی

نیر ایال در این کتاب نشان می دهد که اگر می توانستیم مقصد و هدف خود را تا پایان دنبال کنیم، زندگی مان چه شکلی می شد. ایال به جای اینکه زندگی ما را از هر رسانه دیجیتالی سم زدایی و خالی بکند، ما را با عوامل پنهان روان شناسانه ای آشنا می کند که باعث حواس پرتی می شوند. کتاب او راهنمایی است برای تصمیم گیری و عملی کردن تصمیم ها و به نتیجه رساندن هدف ها، چرا که نیرو و امید می بخشد تا برای وقت باقیمانده اش نقشه بکشد، جاه طلبی هایش را کشف کند و همان طوری زندگی کند که دوست دارد.

۵- کتاب طرح بازاریابی و کسب و کارهای کوچک

اثر : «آلن دیب»

چاپ پنجم / انتشارات آریانا قلم / شابک: ۹۷۸۶۰۰۷۶۷۷۵۷۵ / حوزه مدیریت و کار آفرینی



از آنجاکه در حال خواندن این متن هستید، احتمالاً شما هم نیاز به داشتن طرح بازاریابی در کسب و کار خود را احساس کرده اید. شاید هم به این فکر می کنید که اصلاً نیازی به آن دارید یا خیر؟ باید بگویم اگر با مشتری سروکار دارید و برای بهبود و گسترش این ارتباط معتقد به استفاده از فعالیت های بازاریابی هستید، بله، نیاز دارید. اما این کتاب چگونه به شما کمک می کند؟ قرار است در کنار

هم طرح بازاریابی شما را به ۹ قسمت تقسیم و با گذر از هر فصل کتاب، به کمک خودتان، یکی از آن بخش ها را کامل کنیم. در واقع وقتی به پایان کتاب برسید، طرح بازاریابی یک صفحه ای شما هم کامل شده و آماده اجراست، به همین سادگی. کافی است این صفحه را در طول سال مقابل خودتان قرار دهید و به آن عمل کنید.