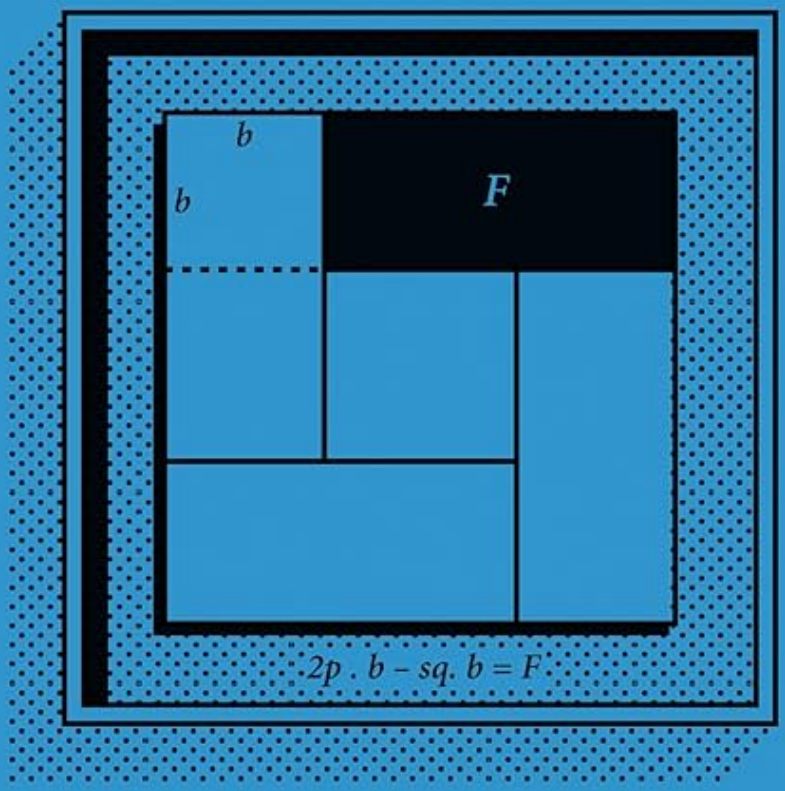
راه‌مدیـــران
بازاریـابی‌وفروش‌تلفنی

THE GREAT MENTAL MODELS

Economics and Art



SHANE PARRISH

VOLUME 4

خلاصه کتاب The Great Mental Models

خلاصه کتاب The Great Mental Models

۵ مدل ذهنی از جلد چهارم «مدل‌های ذهنی بزرگ» برای تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه

مقدمه: چرا باهوش‌ترین افراد، احمقانه‌ترین تصمیم‌ها را می‌گیرند؟

تصور کنید شما یک جعبه ابزار دارید که در آن فقط یک چکش وجود دارد. با این جعبه ابزار، تمام مشکلات دنیا برای شما شبیه میخ به نظر می‌رسند. اگر لوله بترکد، با چکش به آن می‌کوبید؛ اگر پیچ شل شود، به آن ضربه می‌زنید. نتیجه؟ فاجعه. بسیاری از ما در زندگی حرفه‌ای و شخصی دقیقاً همین کار را می‌کنیم. ما سعی می‌کنیم مشکلات پیچیده روابط، کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را تنها با تکیه بر تجربه محدود یا رشته تحصیلی خود حل کنیم. اما دنیا پیچیده‌تر از آن است که با یک لنز دیده شود. شین پریش (Shane Parrish) در سری کتاب‌های شاهکار «مدل‌های ذهنی بزرگ» (The Great Mental Models)، تلاش می‌کند جعبه ابزار ذهنی ما را کامل کند. پس از بررسی فیزیک، شیمی و سیستم‌ها در جلدهای قبل، جلد چهارم به سراغ دو دنیای به ظاهر متضاد اما مکمل می‌رود: اقتصاد و هنر. شاید بپرسید اقتصاد (علم کمیابی) و هنر (علم

خلاقیت) چه ربطی به هم دارند؟ پاسخ شگفت‌انگیز است: هر دو به ما یاد می‌دهند چگونه در دنیایی پر از محدودیت، "ارزش" خلق کنیم و چگونه "دید" خود را تغییر دهیم. این مقاله عصاره‌ای از قدرتمندترین مدل‌های ذهنی این کتاب است که به شما کمک می‌کند مانند یک اقتصاددان محاسبه کنید و مانند یک هنرمند ببینید.

درس اول: هزینه فرصت؛ هیچ ناهاری مجانی نیست

«قیمت واقعی هر چیزی، آن چیزی است که برای به دست آوردنش از دست می‌دهید» در اقتصاد، مفهومی وجود دارد که اگر آن را عمیقاً درک کنید، تمام تصمیمات زندگی‌تان تغییر می‌کند: هزینه فرصت (Opportunity Cost). ما معمولاً هزینه چیزها را با پول می‌سنجیم. مثلاً می‌گوییم: «این گوشی ۲۰ میلیون تومان می‌ارزد.» اما کتاب به ما می‌آموزد که این نگاه سطحی است. هزینه واقعی آن گوشی، سفر دوروزه‌ای است که نرفتید، یا ۱۰ کتابی است که نخواندید، یا سهام شرکتی است که نخریدید. هر باری که شما "بله" می‌گویید، ناخودآگاه به هزاران گزینه دیگر "نه" می‌گویید. مشکل بزرگ اینجاست که ما انسان‌ها معمولاً فقط "گزینه انتخاب شده" را می‌بینیم و گزینه‌های "از دست رفته" نامرئی هستند. کاربرد عملی: دفعه بعد که می‌خواهید یک ساعت را صرف تماشای اخبار منفی یا بحث بیهوده در شبکه‌های اجتماعی کنید، از خود نپرسید «آیا این

کار ضرر دارد؟» بپرسید: «در این یک ساعت چه کار ارزشمندتری (مثل یادگیری، ورزش، یا استراحت عمیق) می‌توانستم انجام دهم که اکنون دارم آن را قربانی می‌کنم؟» تفکر بر اساس هزینه فرصت، کیفیت وقت شما را به شدت بالا می‌برد.

درس دوم: انگیزه‌ها؛ نیروی نامرئی که دنیا را می‌چرخاند

«به من انگیزه را نشان بده تا نتیجه را به تو نشان دهم» این جمله معروف چارلی مانگر، روح حاکم بر بخش اقتصادی این کتاب است. مدل ذهنی انگیزه‌ها (Incentives) توضیح می‌دهد که چرا آدم‌های خوب گاهی کارهای بد می‌کنند و چرا سازمان‌های بزرگ دچار فساد می‌شوند. کتاب توضیح می‌دهد که رفتار انسان‌ها تابع نصیحت و شعار نیست، بلکه تابع پاداش و تنبیه (انگیزه‌ها) است. اگر ساختار پاداش‌دهی در شرکت شما غلط باشد، هیچ میزان از جلسات انگیزشی نمی‌تواند کارمندان را اصلاح کند. یک مثال کلاسیک: اگر شما به برنامه‌نویسان بر اساس "تعداد خطوط کدی که می‌نویسند" حقوق بدهید، آن‌ها کدهای طولانی و بیهوده خواهند نوشت، نه کدهای بهینه. اگر به پزشکان بر اساس تعداد جراحی پاداش دهید، آمار جراحی‌های غیرضروری بالا می‌رود. کاربرد عملی: وقتی با رفتاری غیرمنطقی از سمت همسر، همکار یا مشتری مواجه می‌شوید، عصبانی نشوید. به جای قضاوت اخلاقی، به دنبال ساختار انگیزه‌ها

بگردید. چه چیزی آن‌ها را به این سمت هل می‌دهد؟ اگر می‌خواهید رفتار کسی را تغییر دهید، سخنرانی نکنید؛ انگیزه‌هایش را تغییر دهید.

درس سوم: قانون بازده نزولی؛ هنرِ دانستنِ زمانِ توقف

«بیشتر، همیشه بهتر نیست» در دنیای هنر و اقتصاد، نقطه‌ای وجود دارد که تلاش بیشتر، نه تنها نتیجه را بهتر نمی‌کند، بلکه آن را خراب می‌کند. این همان قانون بازده نزولی (Diminishing Returns) است. تصور کنید در حال نقاشی یک تابلو هستید. ساعت‌های اول، شاهکار خلق می‌شود. اما اگر وسواس به خرج دهید و مدام رنگ اضافه کنید، تابلو تبدیل به یک لکه سیاه و زشت می‌شود. در اقتصاد هم همین‌طور است؛ افزودن کود شیمیایی به زمین کشاورزی تا حدی محصول را زیاد می‌کند، اما از یک جایی به بعد، باعث سمی شدن خاک و نابودی محصول می‌شود. ما در زندگی اغلب گرفتار "کمال‌گرایی سمی" می‌شویم. فکر می‌کنیم اگر ۱۲ ساعت کار کنیم، دو برابر ۶ ساعت کارایی داریم. اما مدل بازده نزولی به ما هشدار می‌دهد که بعد از نقطه‌ی بهینه، هر ساعت اضافه فقط خستگی و اشتباه تولید می‌کند. کاربرد عملی: در هر پروژه‌ای، نقطه "کافی بودن" را پیدا کنید. از خود بپرسید: «آیا انرژی اضافی که دارم صرف می‌کنم، به همان اندازه ارزش اضافه می‌کند؟» یاد بگیرید که

"خوب" را فدای "عالی" نکنید، وقتی که هزینه رسیدن به عالی بسیار گزاف است.

درس چهارم: مزیت نسبی؛ چرا نباید همه کارها را خودتان انجام دهید

«حتی اگر در همه کارها بهترین هستید، نباید همه کارها را انجام دهید» این یکی از سخت‌ترین درس‌ها برای مدیران و افراد کمال‌گراست. مدل مزیت نسبی (Comparative Advantage) از دنیای اقتصاد می‌آید. فرض کنید شما هم بهترین فروشنده شرکت هستید و هم بهترین تایپیست. آیا باید خودتان نامه‌ها را تایپ کنید؟ پاسخ مدل ذهنی این است: خیر! چرا؟ چون هر ساعتی که صرف تایپ کردن می‌کنید (حتی اگر در آن استاد باشید)، ساعتی است که نمی‌توانید بفروشید (که ارزش بسیار بالاتری دارد). شما باید تایپ کردن را به کسی بسپارید که شاید کندتر از شما باشد، اما "هزینه فرصت" کمتری دارد. این مدل به ما یاد می‌دهد که تخصص‌گرایی و برون‌سپاری، کلید رشد است. هنرِ رهبری این نیست که نشان دهید چقدر توانمندید، بلکه این است که روی جایی تمرکز کنید که بیشترین ارزش افزوده را دارد. کاربرد عملی: لیست کارهای روزانه خود را بررسی کنید. کدام کارها را فقط شما می‌توانید انجام دهید؟ بقیه را واگذار کنید یا حذف کنید، حتی اگر می‌توانید آن‌ها را بهتر از دیگران انجام دهید.

درس پنجم: پرسپکتیو و کادربندی؛ واقعیت همان جایی است که دوربین را می‌کارید

«نقشه، خودِ سرزمین نیست» بخش "هنر" کتاب به ما یک ابزار ذهنی حیاتی می‌دهد: پرسپکتیو (Perspective). هنرمندان می‌دانند که تغییر زاویه دید، سوژه را کاملاً تغییر می‌دهد. یک مجسمه از روبرو زیباست، اما شاید از پشت زشت باشد. در حل مسائل زندگی و کسب‌وکار نیز دقیقاً همین‌طور است. ما اغلب گیر می‌کنیم چون فقط از "زاویه دید خودمان" (Ego-centric) به مشکل نگاه می‌کنیم. کادربندی (Framing) یعنی اینکه چگونه اطلاعات را به دیگران (و به خودمان) ارائه می‌دهیم. یک لیوان را می‌توان "نیمه پر" یا "نیمه خالی" دید. این کلیشه نیست؛ این تفاوت بین ناامیدی و فرصت است. کتاب توضیح می‌دهد که خلاقیت، خلق چیز جدید از عدم نیست؛ بلکه دیدن ارتباطات جدید بین چیزهای قدیمی است. هنرمندان با تغییر کادر، زشتی را به زیبایی تبدیل می‌کنند. کارآفرینان با تغییر کادر، یک "شکایت مشتری" را به "فرصت بهبود محصول" تبدیل می‌کنند. کاربرد عملی: وقتی در مشکلی گیر کردید، فیزیکِ مسئله را تغییر ندهید، جای دوربین‌تان را عوض کنید. از خود بپرسید: «اگر رقیب من به این مشکل نگاه می‌کرد چه می‌دید؟» یا «اگر این شکست نبود، بلکه یک درس بود، چه درسی می‌داد؟»

نتیجه‌گیری: شبکه ذهنی خود را بیافید

جلد چهارم «مدل‌های ذهنی بزرگ» به ما یادآوری می‌کند که برای موفقیت در دنیای مدرن، نباید تک‌بعدی باشیم. ترکیب "منطق سرد اقتصادی" (هزینه فرصت، انگیزه‌ها) با "نگاه منعطف هنری" (پرسپکتیو، خلاقیت) به شما قدرتی می‌دهد که دیگران فاقد آن هستند. این مدل‌ها مانند عینکی هستند که وقتی به چشم می‌زنید، دنیا شفاف‌تر می‌شود. دیگر پول را هدر نمی‌دهید (چون هزینه فرصت را می‌دانید)، دیگر از رفتار دیگران گیج نمی‌شوید (چون انگیزه‌ها را می‌بینید) و دیگر در بن‌بست نمی‌مانید (چون زاویه دیدتان را عوض می‌کنید). سوال پایانی برای شما این است: امروز کدام تصمیم خود را با در نظر گرفتن "هزینه فرصت" واقعی آن، بازنگری خواهید کرد؟

برای دانلود فایل Pdf و صوتی به ابتدای صفحه مراجعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در کارگاه متقاعدسازی پیشرفته همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت را دنبال کنید.