

التجارة والأعمال

«لا يمكنك الاكتفاء بسؤال زبائنك ماذا يريدون، ثم محاولة تقديمه لهم. فبحلول الوقت الذي تنهي صنعه يريدون شيئاً جديداً»
مجلة إنك. 1989

«النوعية أهم من الكمية. فالضربة التي تسمح للاعب بالدوران حول القواعد كلها [في البيسبول] أفضل بكثير من الضربتين المزدوجتين اللتين تمكنان الضارب من الوصول إلى القاعدة الثانية بأمان».

مجلة بيزنيس ويك، 2006



«تتمتع آبل بأصول ضخمة ومصادر قوة هائلة، لكن أعتقد أنها إذا لم تنتبه، قد.. قد.. قد.. -أنا أبحث عن الكلمة الصحيحة- قد تموت».

مجلة تايمر، 1997، حول عودته إلى شركة آبل
مديراً تنفيذياً

«علاج آبل ليس في خفض التكاليف والنفقات، بل في ابتكار طريقة للخروج من مأزقها الراهن».

من كتاب أوين لينزماير:

The Definitive History of the 2,0 Apple Confidential
(2004) World's Most Colorful Company



«من شعاراتي المتكررة: التركيز والبساطة.
يمكن للبسيط أن يكون أصعب من المعقد:
عليك أن تكد وتتعب؛ لتقده ذهنك وتجعل
ابتكارك بسيطاً. لكنه يستحق العناء في النهاية؛
لأنك حين تنجح تستطيع تحريك الجبال».

مجلة بيزنيس ورك، 1998



«لا نتبنى اعتقادًا مفاده أن أجهزة
ماكنتوش سوف تستولي على ثمانين في المئة
من سوق الحواسيب الشخصية».

«لا يمكنك أن تتوقع ما سوف يحدث
بالضبط، لكن تستطيع أن تشعر بالوجهة
التي نتجه إليها. وهي قريبة بقدر طاقتك
على الوصول. ثم ما عليك سوى أن تفسح
المجال وتبتعد عن الطريق، فتسير الأمور
بقوة الدفع الذاتي».

مجلة رولينغ ستون، 1994

«نحن نراهن على رؤيتنا، ونفضل ذلك
على المنتجات المنسوخة من غيرنا. لتلجأ
الشركات الأخرى إلى هذه الطريقة. أما
بالنسبة لنا فرؤيتنا هي حلمنا المقبل».

مقابلة بمناسبة إطلاق حاسوب ماكنتوش، 1984



«كن معيار الجودة والنوعية. بعض الموظفين ليسوا معتادين على بيئة يُنتظر منهم فيها الامتياز والتفوق».

«إذا ماتت حقوق النشر، وبراءات الاختراعات، وضعفت حماية الحقوق الفكرية، سوف يتوقف الناس عن الاستثمار. وهذا يلحق الأذى بالكل».

مجلة رولينغ ستون، 2003

«نحن لا نبني مجرد حاسوب، نحن نبني شركة».

مجلة إيسخواير، 1986



«آبل شركة لا تملك أعظم الموارد في العالم.
أما طريقة نجاحنا فهي اختيار الخيول التي
نركبها بعناية وحرص فعلاً.. نحن منظمون
مثل الشركات المبتدئة. نحن أكبر شركة
مبتدئة على الكوكب».

مؤتمر المنتجات طلبها رقمية، دبي، 8، 2010

«إذا صنعت [شركة] مرسيدس دراجة هوائية
أو شطيرة همبرجر أو حاسوباً، فلا أعتقد أنها
ستستفيد كثيراً من وضع شعارها على المنتج.
ولا أظن أن آبل ستكسب كثيراً من وضع اسمها
على سيارة أيضاً. ولجرد أن العالم أجمع يتحول
إلى التقانة الرقمية - أجهزة التلفزة، والصوت
وغيرها- لا يعني أن من الخطأ البقاء في ميدان
الحاسوب. فما زال هذا المجال ضخماً».

مجلة فورتن، 1998



«أنت في حاجة إلى ثقافة تهتم بالمنتج،
حتى في شركة مختصة بالتقانة. لدى كثير
من الشركات «أطنان» من المهندسين الأكفاء
والموظفين الأذكياء. لكن في نهاية المطاف،
هناك حاجة إلى وجود قوة جاذبة تجمعهم
معاً. وإلا، ستجد قطعاً عظيمة من التقانة
تحوم في الكون».

مجلة نيوزويك، 2004

«أعتقد أن مخرج النجاة ليس في القطع
والحرق ثم الزرع، بل في الابتكار. هكذا وصلت أبل
إلى ذروة مجدها، وهكذا يمكنها العودة إليها».

مجلة وول ستريت ويك، 1996



«لا يمكنك النظر إلى الوراء، والقول:
أتمنى لو لم أطرده من العمل، أتمنى لو كنت
هناك، أتمنى.. وأتمنى. هذا كله غير مهم.
لذلك، دعونا نبتكر للغد بدلاً من القلق على
ما حدث بالأمس».

مؤتمر المنتجات طلبها رقمية، دبي، 5، 2007

«النظام هو عدم وجود نظام. هذا لا يعني
غياب العملية النسقية. أبل شركة منضبطة
جداً، وتتبع عمليات نسقية كبرى، فهي التي
تزيد الكفاءة والفاعلية».

مجلة نيوزويك، 2004



«وجدت في الشركة خمسة عشر خطأً
للإنتاج والمنتجات. الأمر لا يصدق. لن
تستطيع تقرير ماذا تشتري. بدأت أسأل من
حولي ولم أجد إجابة تفسيرية عند أحد».
عن العودة إلى أبل

«لقد أفلس نموذج الاشتراك في شراء
الموسيقى. وأعتقد أن من الممكن إتاحة العودة
الثانية المنتظرة لنموذج الاشتراك، وربما لن
يحقق النجاح».

مجلة رولينغ ستون، 2004



«أردت دومًا أن أمتلك التقاظة الرئيسة في كل شيء نفعله، وأتحكم بها».

بيزنيس ويك، 2004

«كانت هناك بعض القارات الصعبة جدًا التي يجب اتخاذها. مثل القرار بإنهاء النشاط المتعلق بالاستنساخ. يبدو ذلك عند النظر إلى الماضي قرارًا ذكيًا، لكن هل واجهت قط تهديدات بالقتل؟ كان الأمر مرعبًا».

حول إجراء تغييرات صعبة في شركة آبل، عندما عاد إليها مديراً تنفيذياً.

«في اعتقادي، إن فعلت شيئًا، وتبين لك نجاحه فعليك القيام بخطوة مذهشة بعده، لا أن تكتفي بالعيش طويلاً على مجدك السابق. فكر في المشروع اللاحق».

محطة إم إس إن بي سي، 2006



«تجنب إمساكه بهذه الطريقة»

رسالة شخصية بالبريد الإلكتروني إلى
زبون اشتكى من مشكلة تتعلق بالاستقبال في
جهاز آي فون4 الذي أطلق في السوق حديثاً،
حيث غابت المكالمات، عندما أمسكه المستخدم
من الجوانب المؤطرة بالفولاذ، 2010.

«أعتقد أن بناء شركة عملية صعبة فعلاً،
وتتطلب أعظم قدراتك في الحث والإقناع
لتوظيف أفضل العاملين والاحتفاظ بهم في
شركتك، ودفعهم إلى العمل المستمر، مع الأمل
بأدائهم أفضل عمل في حياتهم».

مؤتمر المنتجات ظلها رقمية، دبي، 5، 2007



«كنت أصغر المشاركين عمراً في كل اجتماع حضرته، أما الآن فأنا أكبرهم. وكلما تقدم بي العمر زاد اقتناعي بالتأثير الهائل الذي تمارسه الدوافع المحفزة».

بيزنيس ويك، 2004

«أعتقد أن من الصعب جداً على شركة واحدة إنجاز كل شيء. فالحياة معقدة».

مؤتمر المنتجات كلها رقمية، دبي، 5، 2007

«هناك أحذية مطاطية أعلى سعراً من جهاز آي بود».

حول سعر جهاز آي بود البالغ 300 دولار،

نيوزويك، 2003



«أنتم تعرفوننا. لم نتحدث قط عن منتجات المستقبل. ثمة قول شاع في [شركة] أبل: أليس هذا مسلياً؟ سفينة يرشح الماء من قمتها. لذلك، لا أريد تأييد هذا القول، ومن ثم لا أستطيع إخباركم فعلاً».

حول أي معلومات متعلقة بأجهزة أي بود التي ستطلق مستقبلاً، محطة إيه بي سي نيوز، 2005

«لا أفكر على أساس حصص السوق، بل انطلاقاً من أننا نصنع أفضل الحواسيب الشخصية في العالم، وإذا تمكنا من القيام بذلك، فإن حصتنا السوقية ستزداد على ما أعتقد».

محطة سي إن إيه، 1999



«تعد الشركة في رأيي من أكثر ابتكارات
البشر روعة وإدهاشاً».

مجلة فورتن، 1998

«اختارت شركات كثيرة تقليص حجمها
الهيكلية، وربما يكون ذلك إجراءً صائباً
بالنسبة لها. لكننا اخترنا سبيلاً مختلفاً.
فنحن نعتقد أننا إذا وضعنا باستمرار منتجات
عظيمة أمام الزبائن فسوف يستمرون في فتح
محافظهم».

«لم تكن [شركة] مايكروسوفت على
قدر كبير من الألعية أو الذكاء حين نسخت
[حاسوب] ماكنتوش، فقد ظل هدفاً سهلاً
كالبطة العرجاء طوال عشر سنين. وتلك
مشكلة [شركة] آبل: لقد تبخر تمايزها».



«لو كنت أدير [شركة] آبل، لحصلت على فوائد ماكنتوش ومكاسبه كلها وركزت بؤرة الاهتمام على المنتج العظيم اللاحق. لقد وضعت حرب الحاسوب أوزارها. انتهت. وانتصرت مايكروسوفت منذ أمد بعيد».

مجلة فورتنشن، 1996

«إن تحويل أفكار مثيرة وتقانات ناشئة إلى شركة يمكن أن تستمر في الابتكار والإبداع سنين طويلة عملية تتطلب كثيراً من الانضباط».

«إذا، كيف تخبر الموظفين أنهم في بيئة يُنتظر منهم فيها الامتياز والتفوق؟ لا يمكن أن تقول ذلك شفاهة. ولا يمكن أن تدونه



في الكتيب الإرشادي للموظفين. فمثل هذه الأساليب لا معنى لها. المهم هو المنتج الناتج عن عمل الجماعة. وهذا سيكون أبلغ تعبيراً من كل ما يقوله فمك أو يسطره قلمك».

«وجدت أيضاً أن أفضل الشركات تركز اهتمامها على النواحي الجمالية. وتخصص وقتاً إضافياً لتصميم شبكات ونسب بالطريقة الصحيحة والمتناسقة، ويبدو أنها تجني فائدة من ذلك. أعني أن الناحية الجمالية تنقل فيما وراء الفوائد الوظيفية شيئاً يتعلق بكيفية تفكير مسؤولي الشركة بأنفسهم، وإحساسهم بالانضباط في الهندسة، وأسلوب إدارة شركتهم، وغير ذلك».

مجلة إنك، 1989



«يعتقد الزبائن أن السعر مناسب فعلاً
حيث هو. نحن نحاول منافسة القرصنة
نحاول جذب الناس بعيداً عن القرصنة
والقول: يمكنكم شراء هذه الأغنيات بطريقة
قانونية مقابل سعر عادل. لكن إذا ارتفع
السعر كثيراً، سوف يعودون إلى القرصنة.
وعندها يخسر الكل».

«انتهت ثورة الدقة العالية HD، حدثت
وانتهت. وفازت تقانة الدقة العالية. الكل
يريدها».

من خطاب في مناسبة خاصة أقامتها أبل، 2010



«كثير من الناس لا يستطيعون تجاوز حقيقة أننا لن نسعى وراء سوق الاستثمار والمشروعات. لكن ذلك يشبه القول: كيف يمكن لشركة غاب [للملابس] النجاح دون خياطة بذلات رجالية؟ حسناً، نحن لا نصنع الأحذية هنا أيضاً».

مجلة فورتن، 2000

«في عالم التجارة والأعمال، إذا عرفت في وقت مبكر ما أعرفه الآن لكنت منتجاتي أفضل بكثير مما هي عليه، لكن من المحتمل أن تكون أسوأ بكثير. إذا، الأهم الانخراط في الحاضر».

فورتن، 1998



«إذا أعطيتك عشرين قطعة من القرميد
فيمكنك أن تفرش بها الأرض، أو تضعها فوق
بعضها، وتبدأ بناء جدار».

«نحن نوظف الذين يريدون صنع أعظم
المنتجات في العالم».

«التقانة لا شيء. المهم أن تثق بموظفيك،
وتؤمن أنهم أساس بارعون وأذكياء، وإذا
زودتهم بالأدوات سيبتكرون بها منتجات
مدهشة».

مجلة رولينغ ستون، 1994

«يا إلهي، هل حصلنا على براءة اختراعه!».

تقديم جهاز آي فون، مجلة ماخورد، 2007



«ابدلُ قصارى جهدك في كل عمل. إياك والنوم! النجاح يولد مزيداً من النجاح، ولذلك كن تواقاً له. وظف أفضل العاملين المتحمسين للامتياز والتفوق».

«أنتم تصنعون بعضاً من أفضل المنتجات في العالم، لكنكم تصنعون أيضاً كثيراً من المنتجات الرديئة المتدنية الجودة. تخلصوا منها».

ملاحظات إلى شركة نايتي

«كان كثير من الموظفين والمسؤولين في آبل وفي نظامها البيئي يلعبون لعبة: آبل يجب أن تفوز، وميكروسوفت يجب أن تخسر. وبدا واضحاً عدم ضرورة لعب هذه اللعبة؛ لأن آبل لن تلحق الهزيمة بميكروسوفت. وليس عليها ذلك. بل يجب أن تتذكر هويتها؛ لأنهم نسوا من هي آبل».

مؤتمر المنتجات خلفها رقمية، دبي، 5، 2007

