

## توطئة

حكاية عمل ذات مغزى، عن الطريقة  
التي يمكن للشركات سلوكها لإنجاز  
نتائج باهرة بواسطة مساعدة عامليها  
على تحقيق أحلامهم.

إدارة الناس أمر صعب. ومع ارتفاع نسبة غير الملتزمين من العاملين وتسربهم من شركاتهم، فإن كثيراً من المديرين يجارون فيما يتعين عليهم عمله. ليست المسألة هي أننا لا نحلم أن نصبح مديرين عظماء، بل إنها تكمن في أننا لم نتوصل بعد إلى طريقة عملية وفاعلة لتحقيق هذا الحلم.

الشركة الخيالية الواردة في هذا الكتاب الشهير تعجّ بمشكلات حقيقية، أهمها التسرب العالي لعامليها ومعنوياتهم المتدنية. لذا بدأ المديرون يبحثون عما يدفع العاملين حقاً إلى التثبث بعملهم. وما اكتشفوه هو أن أهم حافز للموظفين ليس بالضرورة تقديم وعود لهم بأجور أو ترقيات وظيفية أعلى، بل هو تحقيق أحلامهم.

الشخصية المهمة. إنهم يعرفون أيضاً أن الناس، أياً كان مستواهم، بحاجة إلى المساعدة والتشجيع، وإلا بقيت أحلامنا أبدأ مجرد أحلام، وهذا يجعلنا غير راضين عن مهنتنا وحياتنا.

انطلق ماشيو كيلى من فكرته المهمة القائلة بأن الشركة لا يمكن أن تصبح أفضل نظيراتها، إلا إذا أصبح العاملون فيها أفضل نظرائهم.

وقد توصل إلى هذه الفكرة بعد أن درس العلاقة بين الأعلام التي نتابعها شخصياً، والطريقة التي تجعلنا جميعاً ملتزمين بعملائنا. وبمعالجة مشكلة عدم التزام الموظفين بأعمالهم التي كانت آخذة في التفاقم، اكتشف رابطة قوية بين عمل الناس معاً لتحقيق أهداف شركاتهم، وبين تحقيق أعلامهم الشخصية.

إن قوة مدير الأعلام تتجلى - ببساطة - في أن معرفة مفهوم مدير الأعلام ستغير طريقة إدارتك للناس وعلاقتك بهم حالاً وإلى الأبد.

ما هي أعلامك؟

ماثيو كيلي محاضر ومؤلف ذو شهرة عالمية. وقد بيع من كتبه أكثر من مليون نسخة، وله مقالات في

New York Times, Wall Street Journal, U S A Today,  
Publishers Weekly,

وعديد من الكتب الأخرى التي هي أكثر الكتب مبيعاً في الأسواق. وخلال العقد الماضي، ألقى أكثر من 2,500 كلمة، استمع إليها أكثر من ثلاثة ملايين شخص، وذلك في مؤتمرات، وجمعيات، ومنظمات واسعة التنوع، من ضمنها شركات Fortune الخمسمئة، واتحادات تجارية وطنية، ومنظمات مهنية، وجامعات، وكنائس، ومنظمات غير ربحية.