

راز ثروتمند شدن از زبان بیل گیتس

بیل گیتس ثروتمندترین مرد جهان است که 11 سال متوالی برنده این عنوان بوده و دارایی او در حدود 51 میلیارد دلار تخمین زده می شود. گیتس در سن 43 سالگی ثروتمندترین مرد جهان بود. او از سن 20 سالگی تاکنون رئیس شرکت مایکروسافت بوده است که ارزش آن چیزی در حدود 50 بلیون دلار است. گیتس با دگرگونی مایکروسافت و تبدیل آن به یک بازیگر مهم در صنعت کامپیوتر و استفاده از جایگاه برتر جدید برای ایجاد بستری جهت رشد خیلی زیاد در برنامه‌های کاربردی فکر خود را به منصفه ظهور گذاشت. گیتس از همان ابتدا و خیلی زود دریافت که اگر بخواهد فکرش را به نتیجه برساند، لازم و ضروری است که یک استاندارد صنعتی ایجاد شود. او همچنین می‌دانست که اگر هرکسی زودتر و قبل از همه به آنجا برسد فرصت و شانس مهمتری برای داشتن قدرت در صنعت کامپیوتر خواهد داشت.

ثروت گیتس به اندازه ای است که خارج از درک ما است و این خود هم مایه رشک ما است و هم کنجکاوای ما را بر می انگیزاند. اما آنچه مهم می نماید شیوه کسب و کار گیتس است که در آن گیتس به مدیران هشدار می دهد؛ «به همه کسب و کارها هشدار می دهم که حتی اگر تاکنون در صنعت خود بی رقیب هستید، ممکن است به زودی مورد هجوم بازیگران داد و ستد اینترنتی قرار بگیرید!»

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 تجارت جهانی جدید 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 دیجیتالی کار کنید و با روش کار آنها خوب آشنا شوید. باید به چشم ببینید که «سایت» اینترنتی رقیبان چگونه است. بایستی خود از کاربران اینترنت گردید؛ چندین کتاب در این زمینه بخوانید و سفر با شبکه جهانی را آغاز کنید!»

در این نوشتار برآنیم تا به توصیه‌های بیل گیتس برای موفقیت در کسب و کار اشاره کنیم تا با شیوه کسب و کار و رازهای موفقیت این غول کامپیوتری آشنا گردیم.

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 و چگونگی و روش گردآوری، مدیریت و کاربرد اطلاعات است که سرنوشت برد و یا باخت ما را رقم می زند. به نظر گیتس برندگان آنهایی خواهند بود که با برپا کردن یک «دستگاه عصبی دیجیتالی سراسری»، جریان اطلاعات را در میان همکاران و مشترکهای 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 سازمان ها، دوازده گام بنیادین را برمی شمارد:

1- در انجام ارتباطات سازمانی از راه «پست الکترونیکی» پافشاری کنید، زیرا می توانید در برابر خبرهای تازه با شتاب بازتاب های عصبی واکنش نشان دهید.

2- داده ها و اطلاعات فروش را همواره به صورت «در خط» (مستقیم) - از روی نمایشگر رایانه - بررسی کنید تا به آسانی به سهم و روند بازار آگاه شوید. به روند کلی و همچنین خدمات موردی مشتریان توجه نمایید.

3- در تجزیه و تحلیل وضعیت 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 بگمارید.

4- به یاری ابزار دیجیتالی، «تیم های نمادین (مجازی) فراسازمانی» بیافرینید تا اعضا بتوانند آگاهیهای همدیگر را در سراسر جهان و به هنگام بیفزایند.

5- همه فرآیندهای «کاغذی» را به «دیجیتالی» تبدیل کنید و تنگناهای اداری را برطرف نمایید. بدین گونه کارکنان فرهیخته برای انجام وظیفه های مهمتر آزاد می شوند.

6- با بکارگیری ابزار دیجیتالی از فعالیتهای «تک- وظیفه‌ای» بکاهید و یا آنها را به فعالیتهای «ارزش‌افزا» تبدیل کنید، تا مهارتهای کارکنان فرهیخته را خوب بکار گیرید.

7- یک جریان «بازخورد» دیجیتالی بوجود آورید تا به افزایش کارایی فعالیتهای کمی، و کیفیت کالاها و خدمات، بیفزاید. بایستی همه کارکنان به آسانی بتوانند که رعایت معیارها و استانداردهای اصلی را پیگیری کنند.

8- نظام دیجیتالی را برای انتقال دیدگاهها و شکایتهای مشتریان به کارکنانی که مسئولیت و توان بهسازی فرآورده ها را دارند، بکار گیرید.

9- به یاری ارتباطات دیجیتالی، طبیعت و چگونگی، مرزها، و پیرامون کسب و کار خود را دوباره بررسی کرده و خوب بشناسید. با دریافت اخطارهای ناشی از دگرگونی وضعیت مشتریان، سازمان را بزرگتر و مهمتر/ یا کوچکتر و خودمانی‌تر (صمیمی‌تر و نزدیکتر به هر مشتری) کنید.

10- 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.

11- فرآورده ها (کالا/ خدمات) را با کمک روشهای دیجیتالی به مشتریان برسانید و دست واسطه ها را کوتاه کنید. چنانچه کسب و کار شما خود جنبه واسطه گری دارد، با بکارگیری ابزار دیجیتالی، ارزش و اهمیت داد و ستد را در نزد مشتری بالا ببرید.

12- با کمک ابزار دیجیتالی، مشتریان را در حل مشکلات خود راهنمایی کنید. دیدارهای حضوری را به پاسخگویی به نیازمندیهای پیچیده و پرارزش تر مشتریان اختصاص دهید.

توصیه دوم: بازرگانی اینترنت را بشناسید و به کار گیرید

گیتس می گوید که شرکتها و سازمان های تجاری در دهه آینده ابزارهای دیجیتالی را به خدمت خواهند گرفت چرا که تصمیم گیری های پرشتاب، واکنشهای کارآمد و تماس های بی واسطه با مشتریان، از ویژگیهای شرکتها و سازمانهای سده بیست و یکم است که در آنها بسیاری از داد و ستدها به صورت «خودخدمتی» (سلف سرویس) دیجیتالی در خواهند آمد، واسطه ها یا به فعالیتهای ارزش آفرین رو خواهند آورد و یا میدان را خالی خواهند کرد، واحد «خدمات مشتریان» پیشاهنگ فعالیتهای ارزش افزا در هر کسب و کاری خواهد شد. بنابراین تیم مدیریت يك شرکت و یا سازمان تجاری باید خود را با اینترنت آشنا کرده و زمانی را صرف آماده ساختن دیدگاهی از دهه آینده و دگرگونی های رخ داده در کسب و کار کند و راههای پیاده کردن چنین دیدگاهی را با گروه «فن آوری اطلاعات» شرکت در میان بگذارد.

گیتس عقیده دارد که اینترنت با ارتباط دادن مستقیم خریداران و فروشندگان راه رسیدن به «سرمایه‌داری بی دردر» 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 قیمت های بسیار پایین به پیروزی خواهند رسید و بسیاری دیگر باید راهبرد خدمت بهتر به مشتریان را پیشه کنند. پس با توجه به نظر گیتس در این مورد، اگر بخواهیم در دهه آینده برای موفقیت سازمان به کارهای خدماتی سرگرم شویم، باید کارکنان فرهیخته را با ابزار دیجیتالی اطلاعات مجهز کنیم تا بدان وسیله بتوانند با مشتریان ارتباط تنگاتنگی برقرار نمایند.

بیل گیتس می گوید که برای بهره گیری از توانمندی های بی مانند اینترنت در آفرینش پیوند دو سویه با مشتریان باید يك «سایت» در شبکه جهانی برپا سازیم که این امر خود نیازمند به پشتیبانی بی‌دریغ مدیریت ارشد و شناخت ایشان از فن آوری اینترنتی می باشد. به نظر گیتس يك شبکه خوب جهانی می‌تواند فروشندگان را به مشاوران مشتری تبدیل کند. از سوی دیگر بخش بزرگی از ارتباطهای دوسویه 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 فراوان 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 دارایی‌های عینی نماید و همچنین زیربنای نظام دیجیتالی ما، کاربرد ابزار صوتی، تصویری و حرکتی (ویدیویی) را در آینده ممکن سازد.

گیتس توصیه می کند که ما با «الگوی زندگی تار عنکبوتی» سازگار شویم که در آن شبکه جهانی از راه اینترنت با هم پیوند می خورد. در «الگوی زندگی تار عنکبوتی» گیتس حرکت در شبکه اینترنت همانند حرکت عنکبوت در تور خود است که می‌تواند در همه جهات و با شتاب حرکت کند. بنابراین توصیه گیتس به ما این است که بازرگانی اینترنتی را بشناسیم و الگوی زندگی تار عنکبوتی را به کار گیریم تا در شبکه اینترنت در همه جهات و با شتاب حرکت کنیم.

بنابراین ما باید ارتباط دو سویه با مشتریان خود را به کمک اینترنت از همین امروز آغاز کنیم و ابزارها و نظامهای دیجیتالی مشتریان را که به هنگام روی آوردن از نظام سنتی به الگوی اینترنتی نیاز دارند، برآورد کنیم.

به نظر گیتس فن آوری «الگوی تار عنکبوتی» ایجاب می‌کند که نظام دیجیتالی ما باید این امکان را داشته باشد که ما با افراد حرفه‌ای «برون سازمانی» مانند وکیلان دادگستری و حسابداران ارتباط مستقیم و پیوسته داشته باشیم و همچنین در این نظام دیجیتالی بیشتر به کارهای اصلی و شایستگی‌های ویژه سازمان بپردازیم 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 می‌کند، این است که «شتاب» و «نخستین» بودن در کسب و کار بیشتر فرهنگی است تا فنی؛ یعنی باید دست‌اندرکاران را قانع کنیم که ادامه کار پیروزمندان سازمان، در گرو حرکت پرشتاب همگانی است. گیتس در همین خصوص توصیه می‌کند که برای رسیدن به برگشت سریع سرمایه، کیفیت برتر و بهای ارزان فرآورده‌ها از جریان روان داده‌های

دیجیتالی استفاده کنیم و در میان سازندگان، تامین کنندگان، بخش فروش و دیگر فعالیتهای ... ارتباط الکترونیکی برقرار سازیم تا برنامه ریزی را هر چه سنجیدمتر نماید و به تغییرات پیش آمده در تولید، در همان نوبت هشت ساعته کاری، واکنش نشان دهد.

توصیه سوم: دانش و آگاهی را به خدمت اندیشه های راهبردی درآورد

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 درآوریم و برای این منظور گیتس، رعایت نکات زیر را ضروری می داند:

1- خیرهای ناگوار را با شتاب پخش کنید

گیتس عقیده دارد که یکی از ویژگیهای هر مدیر خوب اینست که بتواند به جای انکار خبرهای بد، با آنها کنار بیاید و چگونگی خبرها را به خوبی شناسایی کند. پس مدیران عامل، باید خبرهای بد را جستجو و پذیرش کنند و سازمان را به پاسخگویی مناسب بدان تشویق کنند و به این مهم اطمینان داشته باشند 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 و یا بد) بستگی دارد، گیتس توصیه می کند باید اشتباه های ارزشمند - 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 و آگاه ساختن پرشتاب مدیریت از آنها 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 وضعیت بحران سازمان به کمک مدیریت بشتابند.

2- خبرهای بد را به 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 دریابیم و در کسب و کار خود ساختار و سیاست هایی پیاده کنیم که شکایتهای آنها 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 بازخوردی از مشتریان را با ابزار الکترونیکی دریافت و تجزیه و تحلیل کنیم تا دریابیم 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 و 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 تماس های ضروری و دشوار نگه داریم.

3- از آمارهای خود آگاه باشید

برای آنکه به اهمیت آمار در مدیریت واقف شویم به این سخن «ویلیام گرلی» در کتاب «بالای سر جمعیت» اشاره می‌کنیم که می‌گوید: «برای رسیدن به نور رستگاری، باید اطلاعات دقیقی از سفارش خریدهای همه مشتریان (تازه و قدیمی) و هر گونه اموال شرکت (ثابت و عینی و موجودیهای گوناگون) داشته باشید. چگونه می‌توانید چنین کنید؟ فن آوری اطلاعات و بکارگیری دلیرانه آن، چنین امکانی را برای شما فراهم می‌آورد».

گیتس نیز عقیده دارد که آگاهی از اعداد و تحلیل و فهم آنها بنیان شناخت هر کسب و کار است و می‌گوید: آگاهی به عدد و رقم‌های سازمان، چیزی بیش از تراز کردن ماهانه دفترهای حسابداری است. این داده‌ها در بازاریابی و امور مالی هم به درد می‌خورند. عددها بر کاغذ حالت ایستاد و مرده دارند اما داده‌های دیجیتالی آغازگر اندیشیدن و حرکت هستند. آمار و عددهای درست و تازه، ما را به پاسخگویی به هنگام به مشتریان و شریکان و می‌دارند. بنابراین گیتس توصیه می‌کند که نظام دیجیتالی 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.

4- انسانها را به کارهای فکری بکشانید

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 رهانیده و به فعالیتهای ارزش آفرین بگمارد، تا این نیروها بازده شگرفی داشته باشند. تجزیه و تحلیل‌های نرم افزاری خود را باید ابتدا در جاهایی بکار بگیریم که نتیجه‌های مشخص ببار 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 دیجیتالی ما باید توان تجزیه و تحلیل پیچیده الگوهای خرید مشتریان را داشته باشد، به گونه‌ای که بتواند در به نتیجه رساندن خدمات ویژه فردی به مشتریان، باور سازمان باشد. این نظام دیجیتالی 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 دیجیتالی باید بتواند این امکان را برای کارکنان فراهم کند تا آنها از کار عادی و تکراری، به فعالیتهای استثنایی بپردازند. این کارکنان باید به آسانی به عددها و داده‌های دیجیتالی دسترسی داشته باشند و از سرفصلها و چکیده‌ها به ریز داده بروند و داده‌ها را از جهت‌های مختلف دیده و بررسی کنند.

5- بهره هوشی 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 درآوردن پرشتاب آموخته‌ها، بزرگترین امتیاز رقابتی را در اختیار سازمان می‌گذارد».

گیتس برای آنکه بهره هوشی 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 و 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 هر گاه 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 بهره هوشی سازمان بسیار موثر می‌داند و عقیده دارد که نقش مدیر عامل در بالا بردن بهره هوشی 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 دیجیتالی 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.

6- به یاد داشته باشید که بردهای بزرگ با خطرهای بزرگ همراهند

به نظر گیتس در آغوش کشیدن پیروزی‌های بزرگ، گاهی به خطر کردن‌های بزرگ نیاز دارد و باید در صنعت، اطلاعات را جانشین موجودی انبارها کنیم و در فعالیتهای دانش بر، اطلاعات را در برابر خطرها قرار دهیم. گیتس در این خصوص می‌گوید: «دور بودن از اطلاعات در میدان کارهای دانش‌بر، همانند جدا کردن مغز از پیک دانشمند فرهیخته است». بنابراین گیتس توصیه می‌کند که یک نظام دیجیتالی 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 دیجیتالی بیافریند، این نظام دیجیتالی باید بتواند توان آزمایش فرآورده‌ها بر مبنای استانداردها و پذیرش جهانی را داشته باشد و ضمن بازرنگری‌های لازم، مهار کار را از دست ندهد.

توصیه چهارم: به عملیات سازمان بینش 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:

1- 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 هوشمندانه‌تر بکار گرفته شوند. گیتس در این خصوص می‌گوید: «من سخت اعتقاد داریم که اگر شرکتها به کارکنان خود آگاهی و اختیار لازم و ابزار بکارگیری آنها را بدهند، دستاوردهای شگفت‌انگیز و آفرینشهای چشمگیری از آن جوانه خواهد زد.» بنابراین باید کارکنان فرهیخته‌ای به کار گرفته شوند تا شغل‌های وظیفه‌محور از میان بروند و یا در فرآیندهای گسترده‌ای ادغام شود. برای این منظور گیتس توصیه می‌کند که کارکنان خط تولید به داده‌های به هنگام دسترسی داشته باشند تا به کمک آنها بتوانند کیفیت فرآورده‌ها را بهتر کنند و نظام تولید و ساخت فرآورده‌ها را با دیگر نظامها یکپارچه سازند.

2- به یاری فن آوری اطلاعات به مهندسی دوباره بپردازید

«پاول اونیل» رئیس هیات مدیره و مدیر عامل «الکوا (CEO Alcoa)» می‌گوید: «من به فن‌آوری اطلاعات به چشم یک نظام مستقل می‌نگرم. از دید من، این نظام یک رهگشای پرارزش است. شاید مهمترین اثرش اینست که ما را به چنین پرسشی وا می‌دارد: چرا، چرا، چرا؟»

گیتس عقیده دارد که فن آوری اطلاعات عصای دست فرآیندهای کارآمد است که این فرآیندها در زمان و منابع دیگر تا ده برابر از پیش، صرفه جویی می‌کنند. گیتس می‌گوید که باید همه فرآیندها را باز ارزشیابی کنیم و فرآیندهایی بیافرینیم که ساده و موثر باشند و

همه مانع ها را دور بریزیم. برای حل بسیار 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 در کنار مدیران فن آوری 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 را ایجاد کنیم که به رشد پرشتاب راهلها در بستر زمان کمک کند، امکان پیگیری وضعیتهای گوناگون را به کاربران بدهد، روند پیشرفت کارها و آنجایی 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 بگیرد و با آفرینش ابزارها و راه حلهای کوچکتر و سراسر دیجیتالی، از روی آوردن به چرخه های گسترده و دراز مدت حل مسایل، خودداری کند.

3- فن آوری اطلاعات را منبعی راهبردی به حساب آورید

بیل گیتس عقیده دارد که مدیرعامل باید به فن آوری اطلاعات به چشم منبعی راهبردی بنگرد که به افزایش درآمد شرکت کمک می کند. باید مدیرعامل فن آوری اطلاعات را نیز همپای دیگر فعالیتهای شرکت به خوبی بشناسد و مدیر ارشد فن آوری اطلاعات (CIO) 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 بزرگتر 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 پاره ای ابزار کار تازه به نظام کنونی افزوده شود.

توصیه پنجم: در انتظار غیر منتظره ها باشید

«جك ولش» مدیر عامل شرکت جنرال الكتريك 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 فن آوری بالاترین بازده را بدست آوریم.

اما آنچه که 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 خود می گوید که من فرد خوش بین هستم و به پیشرفت اعتقاد دارم. من از اینکه در چنین دوره ای از تاریخ زندگی می کنم خوشنودم؛ ابزار دوران صنعتی به کمک ما می آید، ابزار دوران دیجیتالی میدان فعالیت و توان مغز و اندیشه ما را گسترش می دهند. بسیار خوشحالم که فرزندانم در این دوران رشد می نمایند.»

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 بازآفرینی روش کار خود به خدمت بگیریم تا به یاری يك سیستم عصبی دیجیتالی با شتاب اندیشه به کسب و کار پردازیم.