

فهرست مطالب

فصل ۱: چرا شرکت‌های موفق، شکست می‌خورند؟	۱۹
دیجیتال	۲۳
آی بی ام	۲۸
اینتل	۳۳
همه‌چیز در مورد رهبری است.	۳۵
فصل ۲: انکار: پيله اسطوره، آيين و ارتدکس	۴۱
حضور	۴۲
انکار فناوری‌های نوظهور	۴۷
زیراکس: در تلاش برای کپی کردن موفقیت خود	۴۷
انکار تغییر سلیقه مصرف‌کننده	۵۳
ای‌اندپی شرکت زنجیره‌ای پیشگام	۵۳
انکار محیط جدید جهانی	۵۶
جنرال موتورز: غول اتومبیل‌سازی امریکا در تله سوخت	۵۶
علائم هشداردهنده انکار	۶۵
سندرم «من متفاوت هستم»	۶۵
سندرم «اینجا اختراع نشده است»	۶۶
سندرم «جستجوی پاسخ در جای اشتباه»	۶۷
چگونه عادت به انکار را ترک کنیم؟	۶۷
انکار	۷۰
علائم هشداردهنده انکار:	۷۰
فصل ۳: تکبر: غرور قبل از سقوط	۷۱
جنرال موتورز	۷۲
بوئینگ	۷۵
وقتی داوود به جنگ جالوت می‌رود	۸۰
مایکروسافت	۸۰
انرون و ورلدمکام	۸۴

۸۷	 سونی
۹۱	 مرک
۹۶	 موتورلا
۹۹	 علائم هشداردهنده تکبر
۱۰۰	 چگونه عادت به تکبر را ترک کنیم؟
۱۰۳	 تکبر
۱۰۵	فصل ۴: خود خوشنودی: موفقیت باعث شکست می شود.
۱۱۹	 دی بیرز: پادشاه یخی
۱۲۳	 ژاپن اینکوپوریشن
۱۲۵	 فیات: نسخه اروپایی
۱۲۹	 ایر ایندیا
۱۳۲	 علائم هشداردهنده خود خشنودی
۱۳۵	 چگونه عادت به خود خشنودی را ترک کنیم؟
۱۳۸	 خود خشنودی
۱۳۸	 علائم هشداردهنده خود خشنودی:
۱۴۱	فصل ۵: وابستگی به شایستگی: نفرین زمامداری
۱۴۲	 چرخ خیاطی سینگر
۱۴۴	 دانشنامه بریتانیکا
۱۴۶	 وابستگی به تحقیق و توسعه
۱۵۱	 لگو
۱۵۸	 وابستگی به خدمات
۱۷۲	 وابستگی به شایستگی
۱۷۵	فصل ۶: نزدیک بینی رقابتی: نمایی نزدیک بینانه از رقابت
۱۷۷	 فایرستون: وقتی تایر، جاده رقابت را ترک می کند
۲۱۱	 نزدیک بینی رقابتی
۲۱۳	فصل ۷: وسواس حجمی: افزایش هزینه ها و کاهش حاشیه ها
۲۱۵	 پیشگام حاشیه بالا
۲۱۹	 پدیده رشد سریع

۲۲۵	 پارادوکس مقیاس
۲۲۷	 غل و زنجیری از تعهدات ناخواسته
۲۳۱	 علائم هشداردهنده وسواس حجمی
۲۳۲	 عدم تدوین دستورالعمل / هزینه کرد موقتی
۲۳۴	 فرهنگ یارانه متقابل
۲۳۵	 حقیقت نهفته در اعداد
۲۳۷	 مراکز هزینه را به مراکز درآمد یا مراکز سود تبدیل کنید
۲۴۱	 از ادغام عمودی به سوی ادغام مجازی حرکت کنید
۲۴۲	 کارکردهای غیر اصلی را برون سپاری کنید
۲۴۳	 سطوح مدیریتی شرکت را کاهش داده یا بهینه سازید
۲۴۴	 فرآیندهای خود را مهندسی مجدد نمایید
۲۴۶	 از هزینه‌یابی هدف استفاده کنید
۲۴۹	 وسواس حجمی
۲۵۱	فصل ۸: انگیزه سرزمینی: تعارضات فرهنگی و جنگ‌های جناحی
۲۵۳	 کنج عزلت شرکتی
۲۵۷	 زمانی که رشد مستلزم نهادینه‌سازی سیاست‌ها و رویه‌های رسمی است
۲۵۹	 زمانی که فرهنگ بنیان‌گذار در یک فرهنگ شرکتی بزرگ‌تر قرار می‌گیرد
۲۶۰	 شرکت محصولات سیم و پلاستیک (دبلیوپی‌پی)
۲۶۴	 زمانی که فرهنگ شرکت تحت سلطه یک تخصص کاربردی قرار دارد
۲۶۶	 موتورولا
۲۶۹	 علائم هشداردهنده انگیزه سرزمینی
۲۷۱	 در بازاریابی داخلی مؤثر مشارکت کنید
۲۷۳	 مدیران خود را از کنج عزلت بیرون برانید
۲۷۵	 تیم‌های چندوظیفه‌ای دائمی خلق کنید
۲۷۷	 به‌جای کارکرد یا جغرافیا، حول مشتریان یا محصولات سازمان‌دهی
۲۸۸	 انگیزه‌های سرزمینی
۲۸۹	فصل ۹: بهترین درمان این است که اصلاً به بیماری دچار نشویم
۲۹۳	 انکار
۲۹۵	 تکبر

۲۹۷	 خود خشنودی
۲۹۸	 وابستگی به شایستگی
۳۰۱	 نزدیک‌بینی رقابتی
۳۰۲	 وسواس حجمی
۳۰۴	 انگیزه سرزمینی
۳۰۶	 سخن پایانی
۳۰۷	 راه‌های پیشگیری از عادات خودویرانگر
۳۰۹	 فهرست منابع