گزارش تحلیلی نهایی پروژه

نام برند: جین استار

تاریخ ایجاد: 2026-09-15 15:52:50

وضعیت نهایی: تکمیل شده

بریف برند:
تیم ما با برند تجاری جین استار بیش از سه دهه است که در قالب شخص حقیقی مشغول به تولید و عرضه شلوار جین زنانه به صورت عمده است.
از سال اواخر سال 1403 فعالیت خود را در قالب شرکت پوشاک گستر اوج به صورت شخص حقوقی ادامه دادیم و همچنان مشغول تولید و عرضه محصولات به صورت عمده هستیم.
با توجه به شرایط تورمی و جنگی کشور همچنین زحمات انجام شده در سال های سپری شده علاقمند به رشد ، افزایش تولید و انشاالله صادرات هم هستیم.

مخاطب هدف:
مدیریت

تحلیل داخلی برند:
ادامه تولید و عرضه عمده شلوار جین زنانه در قالب شخص حقوقی پوشاک گستر اوج و برنامه‌ریزی برای رشد، افزایش تولید و صادرات در شرایط تورمی و جنگی.

فرضیات برند (انتخاب شده)

شناسه	نوع	بیانیه	اطمینان برند	آزمون‌پذیری
H004	growth	برند جین استار قصد رشد دارد.	high	medium
H005	growth	برند جین استار قصد افزایش تولید دارد.	high	high
H006	growth	برند جین استار قصد صادرات دارد.	high	high
H007	cause	شرایط تورمی کشور بر فعالیت برند جین استار اثرگذار است.	medium	medium
H008	cause	شرایط جنگی کشور بر فعالیت برند جین استار اثرگذار است.	medium	medium
H010	channel	تولید و عرضه عمده شلوار جین زنانه کانال اصلی فروش برند جین استار است.	medium	medium

شناسه	نوع	بیانیه	اطمینان برند	آزمون‌پذیری
H011	cause	تبدیل از شخص حقیقی به شخص حقوقی به رشد تولید برند جین استار کمک می‌کند.	low	low
H012	growth	صادرات برای برند جین استار امکان‌پذیر است.	low	low

محرک‌های رفتاری (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
BD001	تمایل به رشد	قصد اعلام‌شده رشد، مدیران را به سمت بررسی گزینه‌های گسترش فعالیت سوق می‌دهد.	high
BD002	تمایل به افزایش تولید	قصد افزایش تولید، مدیران را به سمت ارزیابی ظرفیت و برنامه‌ریزی تولید بیشتر می‌راند.	high
BD003	تمایل به صادرات	قصد صادرات، مدیران را به سمت بررسی بازارها و الزامات صادراتی هدایت می‌کند.	medium
BD004	فشار شرایط تورمی	شرایط تورمی، مدیران را به سمت توجه بیشتر به هزینه‌ها و قیمت‌گذاری سوق می‌دهد.	high
BD005	فشار شرایط جنگی	شرایط جنگی، مدیران را به سمت احتیاط و بررسی ریسک‌های عملیاتی می‌راند.	high
BD006	اتکا به کانال عمده	وابستگی به عرضه عمده، مدیران را به سمت حفظ و تقویت روابط با خریداران عمده سوق می‌دهد.	high
BD007	انتظار کمک از قالب حقوقی	باور به کمک تبدیل به شخص حقوقی در رشد تولید، مدیران را به سمت استفاده از ظرفیت‌های شرکت حقوقی هدایت می‌کند.	medium
BD008	باور به امکان‌پذیری صادرات	باور به امکان‌پذیر بودن صادرات، مدیران را به سمت پیگیری فعال فرصت‌های	medium

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
		صادراتی می‌راند.	

موانع رفتاری (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
BB002	عدم قطعیت الزامات صادرات	نبود اطلاعات درباره مقاصد و شرایط عملی صادرات، اقدام به صادرات را متوقف یا کند می‌کند.	high
BB003	عدم قطعیت ظرفیت تولید	نبود تصویر روشن از ظرفیت فعلی و محدودیت‌های افزایش تولید، برنامه‌ریزی تولید بیشتر را مسدود می‌کند.	high
BB004	عدم قطعیت اثر تورم و جنگ	نبود تصویر روشن از جهت و میزان اثر تورم و جنگ، ارزیابی ریسک را دشوار می‌کند.	high
BB005	عدم قطعیت اثر تبدیل حقوقی	نبود تصویر روشن از تغییرات عملیاتی ناشی از تبدیل به شخص حقوقی، ارزیابی مسیر رشد را مبهم می‌کند.	medium
BB006	نبود معیار و افق زمانی رشد	نبود معیار مشخص برای رشد و افزایش تولید، پیگیری و سنجش پیشرفت را دشوار می‌کند.	high
BB007	محدودیت منابع در شرایط تورمی	شرایط تورمی می‌تواند توان تأمین منابع برای افزایش تولید را محدود کند.	medium
BB008	ریسک‌های عملیاتی شرایط جنگی	شرایط جنگی می‌تواند تداوم و گسترش عملیات تولید و عرضه را با اختلال مواجه کند.	high
BB009	وابستگی به خریداران عمده	تمرکز بر کانال عمده، مدیران را نسبت به حفظ روابط موجود و محتاط در تغییر مسیر نگه می‌دارد.	medium

الگوهای رفتاری (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	توضیح	نوع	قدرت
BP003	احتیاط هزینه‌ای در شرایط تورمی	مدیران تحت فشار تورم، هزینه‌ها و قیمت‌ها را با دقت بیشتری بررسی و از تعهدات پرهزینه پرهیز می‌کنند.	economic	high
BP005	حفظ رابطه با خریداران عمده	مدیران برای حفظ جریان فروش، روابط موجود با خریداران عمده را تقویت و از تغییرات ناگهانی کانال پرهیز می‌کنند.	loyalty	high
BP006	انتظار تسهیل رشد از قالب حقوقی	مدیران انتظار دارند قالب حقوقی جدید مسیر رشد را هموار کند و بر همین اساس برنامه‌ریزی می‌کنند، در حالی که اثر واقعی آن روشن نیست.	identity	medium
BP008	جمع‌آوری اطلاعات پیش از اقدام	مدیران پیش از تصمیم‌های بزرگ، اطلاعات درباره تقاضا، ظرفیت و شرایط محیطی جمع‌آوری می‌کنند.	exploration	high
BP013	پیگیری شاخص‌های رشد	مدیران برای پاسخ به قصد رشد، شاخص‌ها و معیارهای پیشرفت را پیگیری می‌کنند.	decision	medium

تنش‌های رفتاری (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
BT001	رشد در برابر شرایط تورمی و جنگی	مدیران بین تمایل به رشد و افزایش تولید و فشار شرایط تورمی و جنگی که ریسک و هزینه را بالا می‌برد، گیر می‌کنند.	high
BT002	صادرات در برابر اطلاعات ناقص	مدیران بین تمایل به صادرات و نبود اطلاعات درباره مقاصد و الزامات آن، دچار تعارض	high

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
		می‌شوند.	
BT003	حفظ کانال عمده در برابر گسترش صادراتی	مدیران بین حفظ تمرکز بر عرضه عمده داخلی و تمایل به گسترش صادرات، تعادل برقرار می‌کنند.	high
BT004	انتظار از قالب حقوقی در برابر ابهام عملیاتی	مدیران بین انتظار کمک قالب حقوقی به رشد و نبود تصویر روشن از تغییرات عملیاتی آن، تعارض دارند.	medium
BT005	تصمیم‌گیری در برابر نبود معیار رشد	مدیران بین نیاز به تصمیم برای رشد و نبود معیار و افق زمانی مشخص، دچار تردید می‌شوند.	high
BT006	تداوم تولید فعلی در برابر گسترش	مدیران بین حفظ روال تولید موجود و تمایل به گسترش تولید، اولویت‌بندی دشواری دارند.	high
BT007	مدیریت هزینه در برابر حفظ خریداران	مدیران بین افزایش قیمت برای مدیریت هزینه‌های تورمی و حفظ رابطه با خریداران عمده، تعارض دارند.	medium

کاندیداهای بینش (انتخاب شده)

شناسه	بیانیه	اطمینان
CI001	ممکن است «رشد» برای مدیران بیشتر یک تمایل کلی باشد تا هدف قابل سنجش؛ زیرا پیگیری شاخص‌ها بدون معیار مشخص انجام می‌شود.	medium
CI002	ممکن است صادرات به عنوان نشانه رشد و اعتبار عمل کند نه برنامه عملیاتی؛ چون تمایل به صادرات با نبود الزامات عملی همراه است.	medium
CI004	ممکن است انتظار از قالب حقوقی جدید جانشین تحلیل عملیاتی شود؛ چون برنامه‌ریزی بر مبنای این انتظار بدون تصویر روشن از تغییرات انجام می‌شود.	medium
CI005	ممکن است حفظ رابطه با خریداران عمده مانع تخصیص منابع و توجه کافی به صادرات شود.	medium

شناسه	بیانیه	اطمینان
CI006	ممکن است جمع‌آوری اطلاعات پیش از اقدام، در نبود معیار تصمیم، به تعویق تصمیم تبدیل شود.	medium
CI007	ممکن است پیگیری شاخص‌های رشد بدون معیار مشخص، بیشتر تلاشی برای نشان دادن جدیت باشد تا ابزار یادگیری و تصمیم.	low
CI008	ممکن است شرایط تورمی و جنگی هم‌زمان انگیزه رشد و توجیه احتیاط را تقویت کنند و تصمیم را در حالت تعلیق نگه دارند.	medium
CI009	ممکن است باور به امکان‌پذیری صادرات از تجربه تولید عمده ناشی شده باشد نه از دانش صادرات؛ چون الزامات صادرات روشن نیست.	low
CI010	ممکن است وابستگی به خریداران عمده به عنوان سدی در برابر تغییر مسیر رشد عمل کند، حتی وقتی قصد صادرات وجود دارد.	medium
CI011	ممکن است مدیران بین «رشد تولید» و «رشد فروش» تمایز روشن نداشته باشند؛ چون معیار رشد مشخص نیست و شاخص‌ها بدون معیار پیگیری می‌شوند.	medium
CI012	ممکن است انتظار کمک از قالب حقوقی ناشی از نیاز به مشروعیت و ظرفیت رسمی باشد نه تغییر عملیاتی مشخص.	low
CI013	ممکن است احتیاط هزینه‌ای در تورم با حفظ رابطه با خریداران در تعارض قرار گیرد و تصمیم قیمت را به تعویق بیندازد.	medium
CI014	ممکن است جمع‌آوری اطلاعات و انتظار از قالب حقوقی هم‌زمان رخ دهند و نوعی تعویق پوشیده با آماده‌سازی ایجاد کنند.	low

تم‌های نوظهور (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
ET001	رشد به عنوان قصد اصلی	تمایل به رشد و افزایش تولید در چندین محرک و الگو تکرار	high

شناسه	عنوان	توضیح	قدرت
		می‌شود.	
ET002	صادرات به عنوان مسیر نامطمئن رشد	تمایل به صادرات با نبود اطلاعات درباره الزامات و مقاصد آن همراه است.	high
ET003	احتیاط هزینه‌ای تحت تورم	بررسی دقیق هزینه‌ها و پرهیز از تعهدات پرهزینه در شرایط تورمی تکرار می‌شود.	high
ET004	حفظ کانال عمده و روابط خریداران	تمرکز بر حفظ و تقویت روابط با خریداران عمده در رفتار مدیران دیده می‌شود.	high
ET005	انتظار از قالب حقوقی جدید	برنامه‌ریزی بر مبنای انتظار کمک قالب حقوقی به رشد، بدون روشن بودن اثر عملیاتی آن.	medium
ET006	جمع‌آوری اطلاعات و پیگیری شاخص‌ها	مدیران پیش از اقدام اطلاعات جمع‌آوری و شاخص‌های رشد را پیگیری می‌کنند.	medium
ET007	تنش بین رشد و ریسک‌های محیطی	تمایل به رشد با فشار تورم و جنگ و محدودیت منابع در تعارض قرار می‌گیرد.	high
ET008	ابهام در معیار رشد	نبود معیار و افق زمانی رشد در کنار پیگیری شاخص‌ها، ابهام تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند.	high

لنزهای اپیفانی (انتخاب شده)

شناسه	عنوان	سؤال مرکزی	امتیاز اولویت
L001	رشد بدون معیار	مدیران وقتی از «رشد» حرف می‌زنند، دقیقاً چه چیزی را در ذهن اندازه می‌گیرند و بر چه مبنایی آن را پیش می‌برند؟	90
L002	صادرات به مثابه نشانه یا برنامه	وقتی الزامات عملی صادرات روشن نیست، چه چیزی صادرات را برای مدیران جذاب و قابل پیگیری می‌کند؟	88
L003	قالب حقوقی به عنوان سپر روانی	تغییر از شخص حقیقی به شخص حقوقی چگونه بر احساس آمادگی مدیران برای	81

شناسه	عنوان	سؤال مرکزی	امتیاز اولویت
		رشد اثر می‌گذارد، حتی وقتی تغییرات عملیاتی روشن نیست؟	
L004	وابستگی به رابطه با خریدار عمده	حفظ رابطه با خریداران عمده چگونه دامنه گزینه‌های رشد و صادرات را محدود یا شکل می‌دهد؟	84
L005	تعویق به نام آماده‌سازی	چه زمانی جمع‌آوری اطلاعات پیش از اقدام به تعویق تصمیم تبدیل می‌شود و مدیران چگونه این تعویق را برای خود توجیه می‌کنند؟	85
L006	تورم و جنگ به عنوان انگیزه و توجیه	شرایط تورمی و جنگی چگونه هم‌زمان انگیزه رشد و توجیه احتیاط را تقویت می‌کنند و تصمیم را معلق نگه می‌دارند؟	81
L007	رشد تولید در برابر رشد فروش	مدیران وقتی از رشد حرف می‌زنند، رشد تولید را می‌بینند یا رشد فروش را، و این تمایز چگونه بر تصمیم‌های آنان اثر می‌گذارد؟	84
L008	قیمت میان هزینه و رابطه	مدیران چگونه بین افزایش قیمت برای مدیریت هزینه‌های تورمی و حفظ رابطه با خریداران عمده تعادل برقرار می‌کنند؟	75
L009	انتقال اعتماد از تولید عمده به صادرات	چگونه تجربه سه دهه تولید و عرضه عمده به باور به امکان‌پذیری صادرات ترجمه می‌شود، حتی وقتی دانش صادرات روشن نیست؟	74

اپیفانی‌های استخراج شده (انتخاب شده)

هدف نه ،گیری‌جهت مثابه به رشد .E001

بیانیه: ممکن است مدیران «رشد» را بیشتر به عنوان یک جهت‌گیری کلی تجربه کنند تا هدفی قابل سنجش که تصمیم‌ها را هدایت کند.

اهمیت:

تصمیم جای به سازی‌آماده .E002

بیانیه: ممکن است جمع‌آوری اطلاعات پیش از اقدام، در نبود معیار تصمیم، به شکلی از تعویق تبدیل شود که مدیران آن را آماده‌سازی می‌نامند.

اهمیت:

موجود وضع حفظ مثابه به ای‌هزینه احتیاط .E003

بیانیه: ممکن است احتیاط هزینه‌ای در شرایط تورمی، حتی وقتی قصد رشد وجود دارد، در عمل به حفظ وضع موجود منجر شود.

اهمیت:

وکارکسب خانواده مثابه به عمده خریداران .E004

بیانیه: ممکن است مدیران خریداران عمده را نه فقط مشتری، بلکه بخشی از شبکه وفاداری بلندمدت شبیه خانواده کسب‌وکار ببینند.

اهمیت:

شخصی میراث سازی‌رسمی مثابه به حقوقی قالب .E005

بیانیه: ممکن است تبدیل از شخص حقیقی به شخص حقوقی برای مدیران نوعی رسمی‌سازی میراث شخصی و خانوادگی سه دهه‌ای باشد، نه صرفاً تغییر ساختار.

اهمیت:

عمده بازار در بلوغ نشانه مثابه به صادرات .E006

بیانیه: ممکن است در ذهن مدیران، صادرات بیشتر نشانه بلوغ و اعتبار یک کسب‌وکار عمده باشد تا برنامه‌ای با الزامات عملیاتی مشخص.

اهمیت:

رابطه مدیریت ابزار مثابه به قیمت .E007

بیانیه: ممکن است در بازار عمده، قیمت برای مدیران بیشتر ابزاری برای مدیریت رابطه با خریداران باشد تا فقط محاسبه هزینه و سود.

اهمیت:

برند عملیاتی آمادگی جای به حقوقی قالب .E008

بیانیه: ممکن است انتظار از قالب حقوقی جدید جای تحلیل آمادگی عملیاتی برند برای رشد را بگیرد، بدون آنکه تغییرات عملیاتی روشن شده باشد.

اهمیت:

تولید تجربه از صادراتی اعتماد .E009

بیانیه: ممکن است باور برند به امکان‌پذیری صادرات از تجربه سه دهه تولید عمده آمده باشد، نه از دانش مشخص درباره الزامات صادرات.

اهمیت:

فروش رشد یا تولید رشد .E010

بیانیه: ممکن است مدیران هنگام سخن گفتن از رشد، بین رشد تولید و رشد فروش تمایز روشن نداشته باشند و این ابهام تصمیم‌های آنان را شکل دهد.

اهمیت:

جدیت نمایش مثابه به هاشاخص پیگیری .E011

بیانیه: ممکن است پیگیری شاخص‌های رشد بدون معیار مشخص، بیشتر تلاشی برای نشان دادن جدیت باشد تا ابزاری برای یادگیری و تصمیم.

اهمیت:

رشد مسیر محدودکننده مثابه به عمده وابستگی .E012

بیانیه: ممکن است وابستگی به خریداران عمده در بازار داخلی، دامنه گزینه‌های رشد و صادرات را محدود کند حتی وقتی قصد گسترش وجود دارد.

اهمیت:

صادرات آمادگی شاهد مثابه به دهه سه سابقه .E013

بیانیه: ممکن است سابقه سه دهه تولید و عرضه عمده در ذهن مدیران به عنوان شاهد آمادگی برای صادرات تفسیر شود، حتی بدون دانش صادرات.

اهمیت:

زمان‌هم توجیه و انگیزه مثابه به جنگ و تورم .E014

بیانیه: ممکن است شرایط تورمی و جنگی هم‌زمان رشد را ضروری و آن را غیرقابل برنامه‌ریزی نشان دهند و تصمیم رشد را معلق نگه دارند.

اهمیت:

حوزه‌های ناشناخته

- **معیار و معنای سنجش‌پذیر رشد:** موضوع رشد به عنوان جهت‌گیری کلی در برابر هدف قابل سنجش مطرح شده است؛ مشخص نیست مدیران چه معیاری برای رشد در نظر دارند و شاخص‌ها بر چه مبنایی پیگیری می‌شوند.
- **آماده‌سازی در برابر تعویق تصمیم:** جمع‌آوری اطلاعات پیش از اقدام ممکن است در نبود معیار تصمیم به تعویق تبدیل شود؛ مرز میان آماده‌سازی و تعویق روشن نیست.
- **اثر احتیاط هزینه‌ای بر تداوم وضع موجود:** احتیاط هزینه‌ای در شرایط تورمی ممکن است با وجود قصد رشد به حفظ وضع موجود منجر شود؛ میزان و شرایط این اثر روشن نیست.
- **ماهیت رابطه با خریداران عمده:** خریداران عمده ممکن است فراتر از مشتری، بخشی از شبکه وفاداری بلندمدت دیده شوند؛ میزان اثر این رابطه بر تخصیص منابع و مسیر رشد روشن نیست.
- **معنای قالب حقوقی برای مدیران:** تبدیل به شخص حقوقی ممکن است رسمی‌سازی میراث شخصی/خانوادگی یا جانشین تحلیل آمادگی عملیاتی باشد؛ معنای دقیق آن روشن نیست.
- **جایگاه صادرات میان اعتبار و عملیات:** صادرات ممکن است نشانه بلوغ و اعتبار باشد یا برنامه‌ای عملیاتی؛ مرز این دو و نقش تجربه تولید در باور به امکان‌پذیری صادرات روشن نیست.
- **قیمت به عنوان ابزار رابطه در بازار عمده:** قیمت ممکن است علاوه بر محاسبه هزینه و سود، ابزاری برای مدیریت رابطه با خریداران عمده باشد؛ تعادل میان این دو روشن نیست.
- **تمایز رشد تولید از رشد فروش:** مشخص نیست مدیران هنگام سخن گفتن از رشد، رشد تولید را مدنظر دارند یا رشد فروش، و این ابهام چگونه تصمیم‌ها را شکل می‌دهد.

مأموریت‌های نهایی (انتخاب شده)

بازسازی آخرین تصمیم درباره رشد (journey_decision)

هدف: بازسازی مسیر یک تصمیم واقعی درباره رشد یا افزایش تولید از لحظه طرح تا اقدام یا توقف.

دستورالعمل: ۱. یک تصمیم واقعی درباره رشد یا افزایش تولید را که در ۳ ماه گذشته مطرح شده انتخاب کنید. ۲. روی یک برگه، خط زمانی بنویسید: چه کسی اول مطرح کرد، چه گزینه‌هایی بررسی شد، چه معیاری برای انتخاب استفاده شد، چه اطلاعاتی خواسته شد و در نهایت چه تصمیمی گرفته شد. ۳. اگر تصمیم متوقف یا به تعویق افتاد، دلیل ثبت‌شده در همان زمان را بنویسید. ۴. از خط زمانی عکس بگیرید و همراه توضیح کوتاه ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: خط زمانی مکتوب و عکس آن که نشان می‌دهد چه معیارهایی در تصمیم رشد به کار رفته یا غایب بوده‌اند.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

جمع‌آوری گزارش‌های شاخص مورد استفاده (collection_artifact)

هدف: شناسایی گزارش‌ها و شاخص‌هایی که واقعاً در جلسات تصمیم‌گیری استفاده می‌شوند.

دستورالعمل: ۱. آخرین سه گزارش یا داشبوردی را که در جلسه‌ای درباره تولید، فروش یا رشد استفاده شده جمع کنید. ۲. روی هر گزارش مشخص کنید کدام عدد یا شاخص در جلسه به تصمیم یا بحث منجر شد. ۳. اگر عددی فقط نمایش داده شد و تصمیمی از آن گرفته نشد، کنار آن بنویسید «فقط نمایش». ۴. از صفحات علامت‌گذاری‌شده عکس بگیرید و توضیح کوتاه بفرستید.

خروجی مورد انتظار: عکس گزارش‌های علامت‌گذاری‌شده و یادداشت اینکه کدام شاخص واقعاً به تصمیم مرتبط شده است.

زمان تخمینی: 25 دقیقه

انتخاب بین رشد تولید و رشد فروش (task_tradeoff)

هدف: مشاهده اینکه مدیران در یک انتخاب واقعی، رشد تولید را اولویت می‌دهند یا رشد فروش.

دستورالعمل: ۱. دو گزینه واقعی پیش روی سه ماه آینده را روی دو کارت بنویسید: «سرمایه‌گذاری در ظرفیت تولید» و «سرمایه‌گذاری در کانال فروش». ۲. هر کارت را با محدودیت‌های واقعی همان سه ماه (بودجه، زمان، نیروی انسانی) تکمیل کنید. ۳. یکی را انتخاب کنید و بنویسید چه چیزی را در گزینه دیگر از دست می‌دهید. ۴. عکس دو کارت و توضیح انتخاب را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: عکس کارت‌ها و توضیح انتخاب که نشان می‌دهد کدام نوع رشد اولویت گرفته و چه چیزی فدا شده است.

زمان تخمینی: 25 دقیقه

مشاهده جلسه تصمیم بعدی (observation_behavior)

هدف: ثبت لحظه‌هایی که در جلسه واقعی، درخواست اطلاعات بیشتر مطرح می‌شود و تصمیم چه سرنوشتی پیدا می‌کند.

دستورالعمل: ۱. در جلسه تصمیم بعدی درباره تولید، فروش یا رشد، یک برگه با دو ستون بردارید: «درخواست اطلاعات بیشتر» و «تصمیم/اقدام بعدی». ۲. هر بار جمله‌ای درباره نیاز به اطلاعات بیشتر شنیده شد، آن را کوتاه بنویسید. ۳. مقابل آن بنویسید چه اتفاقی افتاد: تصمیم گرفته شد، به جلسه بعد موکول شد، یا موضوع رها شد. ۴. یادداشت‌ها را بدون نام افراد ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: یادداشت جلسه با ثبت لحظه‌های درخواست اطلاعات و نتیجه هرکدام.

زمان تخمینی: 45 دقیقه

بازسازی یک تصمیم به تعویق افتاده (task_reflection)

هدف: بازسازی رویدادهای یک تصمیم که به تعویق افتاده و توجیه‌هایی که برای تعویق به کار رفته است.

دستورالعمل: ۱. یک تصمیم واقعی درباره رشد، تولید یا صادرات را که در ۶ ماه گذشته به تعویق افتاده انتخاب کنید. ۲. روی خط زمان بنویسید: تاریخ طرح، هر بار که تصمیم عقب افتاد، چه اطلاعاتی گفته شد باید جمع شود، و چه کسی یا چه شرایطی باعث تعویق شد. ۳. جمله‌هایی را که در آن زمان برای توجیه تعویق استفاده شد عیناً یادداشت کنید. ۴. خط زمان و جمله‌ها را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: خط زمان تصمیم به تعویق افتاده همراه با توجیه‌های ثبت‌شده در همان دوره.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

جمع‌آوری شواهد تصمیم هزینه‌ای (collection_artifact)

هدف: بررسی اینکه احتیاط هزینه‌ای چگونه در اسناد واقعی به تغییر یا توقف تعهدات منجر شده است.

دستورالعمل: ۱. یک سند واقعی مرتبط با یک تعهد هزینه‌ای در ۳ ماه گذشته پیدا کنید: سفارش مواد اولیه، تأیید خرید، یا صورت‌جلسه بررسی هزینه. ۲. روی سند مشخص کنید کجا مبلغ یا مقدار به دلیل نگرانی هزینه تغییر کرده یا تأیید آن عقب افتاده است. ۳. اگر تغییر یا تأخیری رخ نداده، همان را بنویسید. ۴. عکس سند با اطلاعات حساس پوشانده‌شده و توضیح کوتاه ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: عکس سند و توضیح تغییر یا عدم تغییر تعهد هزینه‌ای.

زمان تخمینی: 20 دقیقه

مسیر یک تصمیم هزینه‌ای بزرگ (journey_decision)

هدف: ردیابی یک تصمیم هزینه‌ای بزرگ از درخواست تا نتیجه و ثبت توقف‌ها و جایگزین‌ها.

دستورالعمل: ۱. یک تصمیم هزینه‌ای بزرگ مرتبط با تولید یا رشد را در ۶ ماه گذشته انتخاب کنید. ۲. مراحل را بنویسید: چه کسی درخواست داد، چه گزینه‌هایی بررسی شد، چه جایگزین ارزان‌تری مطرح شد، چه چیزی باعث توقف شد و نتیجه نهایی چه بود. ۳. اگر تصمیم به تعویق افتاد، تاریخ‌های تعویق را ثبت کنید. ۴. مسیر مکتوب را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: روایت مرحله‌به‌مرحله یک تصمیم هزینه‌ای با توقف‌ها و جایگزین‌ها.

زمان تخمینی: 35 دقیقه

نقشه رابطه با خریداران عمده (mapping_social)

هدف: ترسیم شکل واقعی رابطه با خریداران عمده فراتر از معامله صرف.

دستورالعمل: ۱. پنج خریدار عمده اصلی را روی یک برگه بنویسید. ۲. برای هرکدام مشخص کنید: چند وقت یک‌بار تماس دارید، چه نوع تماس‌هایی غیر از سفارش و قیمت دارید (مثلاً مشورت، اطلاع‌رسانی، دیدار)، و چه کسی تصمیم رابطه را نگه می‌دارد. ۳. با خط، نزدیکی یا فاصله رابطه را نشان دهید. ۴. عکس نقشه و توضیح کوتاه ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: نقشه اجتماعی خریداران عمده با نوع و بسامد تعاملات غیرمعاملاتی.

زمان تخمینی: 25 دقیقه

شواهد تخصیص منابع به خریداران عمده (collection_artifact)

هدف: بررسی اینکه در عمل چه مقدار منابع و توجه به خریداران موجود در مقابل مسیرهای جدید اختصاص می‌یابد.

دستورالعمل: ۱. یک نمونه واقعی از تخصیص تولید یا زمان یا اعتبار در ۲ ماه گذشته پیدا کنید که در آن بین سفارش خریدار عمده موجود و یک فرصت جدید (مثلاً صادرات یا خریدار جدید) انتخاب شده است. ۲. مشخص کنید چه سهمی به هرکدام رسیده و چه چیزی رد یا عقب افتاده است. ۳. اگر سند مکتوب نیست، پیام‌ها یا یادداشت‌های همان زمان را جمع کنید. ۴. خلاصه و عکس/متن شواهد را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: شواهد تخصیص منابع بین خریدار عمده موجود و فرصت جدید.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

روایت تبدیل به شرکت حقوقی (storytelling)

هدف: شنیدن روایت واقعی مدیران از تبدیل شخص حقیقی به حقوقی و معنایی که برایشان داشته است.

دستورالعمل: ۱. خاطره یا روایت روزها و هفته‌های اطراف تبدیل به شرکت حقوقی را به صورت صوتی یا نوشتاری تعریف کنید. ۲. در روایت مشخص کنید: چه چیزی در کار روزانه تغییر کرد، چه چیزی تغییر نکرد، و چه احساس یا انتظاری از این تبدیل داشتید. ۳. از جمله‌های کلی پرهیز کنید و به یک اتفاق مشخص اشاره کنید. ۴. فایل صوتی یا متن را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: روایت شخصی و مشخص از تبدیل حقوقی با اشاره به تغییرات و انتظارات واقعی.

زمان تخمینی: 20 دقیقه

اسناد برنامه‌ریزی رشد پس از تبدیل (collection_artifact)

هدف: بررسی اینکه در برنامه‌ریزی‌های پس از تبدیل، قالب حقوقی چگونه به عنوان دلیل یا فرض آمادگی ذکر می‌شود.

دستورالعمل: ۱. یادداشت‌ها، اسلایدها یا مستندات برنامه‌ریزی رشد را که پس از تبدیل به شرکت حقوقی نوشته شده جمع کنید. ۲. هر جا به شرکت حقوقی، ظرفیت رسمی یا امکان‌های جدید اشاره شده علامت بزنید. ۳. کنار هر مورد بنویسید آیا اقدام عملیاتی مشخصی هم برای آن ذکر شده یا فقط به عنوان فرض آمده است. ۴. عکس صفحات علامت‌خورده و توضیح را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: عکس مستندات و علامت‌گذاری مواردی که قالب حقوقی به عنوان دلیل یا فرض برنامه‌ریزی آمده است.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

مسیر یک فرصت صادراتی (journey_decision)

هدف: بازسازی مسیر یک فرصت یا ایده صادراتی واقعی از طرح تا بررسی و نتیجه.

دستورالعمل: ۱. یک فرصت یا ایده صادراتی را که در ۶ ماه گذشته مطرح شده انتخاب کنید. ۲. بنویسید: چه کسی مطرح کرد، چه اطلاعاتی درباره مقصد و الزامات جمع‌آوری شد، چه کسی بررسی کرد و چه تصمیمی گرفته شد. ۳. اگر اقدامی انجام نشد، دلیل ثبت‌شده در همان زمان را بنویسید. ۴. مسیر مکتوب را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: خط زمانی یک فرصت صادراتی با اطلاعات جمع‌آوری‌شده و تصمیم نهایی.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

مقایسه الزامات سفارش داخلی و صادراتی (task_comparison)

هدف: مقایسه دانش عملی موجود درباره یک سفارش عمده داخلی با یک استعلام صادراتی واقعی.

دستورالعمل: ۱. یک سفارش عمده داخلی واقعی و یک استعلام یا فرصت صادراتی واقعی را انتخاب کنید. ۲. برای هرکدام یک

فهرست بنویسید: مدارک لازم، بسته‌بندی، حمل، پرداخت، مجوزها و طرف‌های درگیر. ۳. مقابل هر مورد بنویسید اطلاعات آن را از کجا دارید یا ندارید. ۴. جدول مقایسه را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: جدول مقایسه الزامات داخلی و صادراتی با مشخص کردن شکاف‌های دانش.

زمان تخمینی: 35 دقیقه

انتخاب قیمت میان هزینه و رابطه (task_tradeoff)

هدف: مشاهده معیارهای واقعی مدیران در یک تصمیم قیمت‌گذاری با یک خریدار عمده.

دستورالعمل: ۱. یک تصمیم قیمت واقعی با یک خریدار عمده در ۳ ماه گذشته را انتخاب کنید. ۲. دو گزینه‌ای را که واقعاً روی میز بود بنویسید: مثلاً افزایش قیمت و حفظ حاشیه، یا حفظ قیمت و کاهش حاشیه. ۳. برای هر گزینه بنویسید چه اثرهایی بر هزینه و چه اثرهایی بر رابطه با خریدار در نظر گرفته شد. ۴. انتخاب نهایی و دلیل آن را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: توضیح دو گزینه قیمتی و معیارهای هزینه‌ای و رابطه‌ای که در انتخاب به کار رفته است.

زمان تخمینی: 25 دقیقه

مشاهده مذاکره قیمت بعدی (observation_behavior)

هدف: ثبت لحظه‌هایی از مذاکره واقعی قیمت که در آن هزینه یا رابطه بر بحث غالب می‌شود.

دستورالعمل: ۱. در مذاکره قیمت بعدی با یک خریدار، یک برگه با دو ستون بردارید: «اشاره به هزینه» و «اشاره به رابطه». ۲. هر بار یکی از این دو موضوع مطرح شد، جمله کوتاه و نتیجه بحث را بنویسید. ۳. در پایان مشخص کنید تصمیم قیمت گرفته شد یا به تعویق افتاد. ۴. یادداشت بدون نام افراد را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: یادداشت مذاکره با ثبت لحظه‌های غلبه زبان هزینه یا رابطه و نتیجه تصمیم.

زمان تخمینی: 30 دقیقه

تفکیک دلایل رشد تولید و رشد فروش (task_reflection)

هدف: بررسی اینکه در یک تصمیم واقعی افزایش تولید، دلایل به رشد تولید یا رشد فروش اشاره دارند.

دستورالعمل: ۱. آخرین تصمیم واقعی افزایش تولید را در ۶ ماه گذشته انتخاب کنید. ۲. روی دو ستون بنویسید: دلایلی که به ظرفیت و توان تولید مربوط بود، و دلایلی که به تقاضا و فروش مربوط بود. ۳. هر دلیلی را که نمی‌دانید به کدام ستون تعلق دارد در ستون سوم «مبهم» بنویسید. ۴. جدول را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: جدول تفکیک دلایل تصمیم افزایش تولید به رشد تولید، رشد فروش و مبهم.

زمان تخمینی: 20 دقیقه

تعریف عملی رشد در شش ماه آینده (projection_future)

هدف: مشاهده اینکه مدیران رشد را با چه نشانه‌های عینی و قابل مشاهده‌ای تعریف می‌کنند.

دستورالعمل: ۱. فرض کنید شش ماه بعد می‌خواهید بگویید «رشد کردیم». ۲. بنویسید دقیقاً چه چیزی را می‌شود دید یا اندازه گرفت که این جمله را ثابت کند: مثلاً تعداد خط تولید، تعداد سفارش، مقدار فروش، تعداد خریدار جدید. ۳. برای هر نشانه بنویسید از کجا و با چه سندی قابل مشاهده است. ۴. فهرست نشانه‌ها را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: فهرست نشانه‌های عینی و قابل مشاهده برای تعریف رشد در آینده.

زمان تخمینی: 20 دقیقه

دفتر عکس شواهد تصمیم‌های رشد (diary_photo)

هدف: ثبت شواهد و اسنادی که در طول یک هفته واقعاً پایه بحث تصمیم‌های رشد یا صادرات می‌شوند.

دستورالعمل: ۱. به مدت یک هفته کاری، هر بار جلسه یا تصمیمی درباره رشد، تولید یا صادرات داشتید، از سند، یادداشت یا صفحه‌ای که روی آن بحث کردید عکس بگیرید. ۲. زیر هر عکس یک جمله بنویسید: این سند چه تصمیمی را جلو برد یا متوقف کرد. ۳. عکس‌ها را در یک فایل یا آلبوم کنار هم بگذارید. ۴. آلبوم و توضیح‌ها را ارسال کنید.

خروجی مورد انتظار: آلبوم عکس شواهد مورد استفاده در تصمیم‌ها همراه با توضیح اثر هر سند.

زمان تخمینی: 60 دقیقه