

تأثير الولاء

القوة الكامنة وراء النمو والأرباح والقيمة المستدامة
تأليف: فريدريك رايتشلد

كتب القمة

تصدر كل عام آلاف الكتب في مجال إدارة الأعمال. لكن قلة منها تترك أثارا لا تمحى على الممارسات والنظريات الإدارية ولسنوات طويلة تالية. وبكل أمانة ومسئولية نقول أن كتاب (تأثير الولاء) هو واحد من كتب القمة.

صدر الكتاب في شهر فبراير ٩٦، عن جامعة هارفارد، ولكثره ما قرأنا عنه - قبل وصوله - رأينا تأخير أعداد شهر (مارس ٩٦)، لتكون أول مطبوعة عربية، وربما غير أمريكية، تقدم الكتاب لقرائها. فقد أمضى المؤلف عشر سنوات يدرس تأثير الولاء على العاملين والعملاء، وهو يعمل رئيسا لشركة متخصصة في استراتيجيات الولاء.

ونحن على أمل، وأيضا على ثقة، بأن كثيرا من الشركات والمنظمات العربية ستضع هذا الكتاب في مكانه المناسب.

(الناشر)

الولاء... منهج

تنشأ الشركات لتلبية حاجات عدد من العملاء والحصول على ربح، و تتكون الشركة حين يوفر عدد من المساهمين رأس المال الكافي لتأسيسها، ثم يكونون فريقا من الإداريين والفنيين يتولون شؤون الإنتاج، و حين تخرج منتجات الشركة إلى السوق فإنها تتجه إلى العملاء الراغبين في

