

إن الانتقال من الجيد إلى العظيم يتطلب تجاوز لعنة الكفاءة. لقد أدركت الشركات التي تحولت من جيد إلى عظيم أن القيام بما تجيده لن يؤدي إلا إلى جعلك جيداً؛ إن التركيز فقط على ما يمكنك القيام به بشكل أفضل من أي منظمة أخرى هو الطريق الوحيد إلى العظمة. الثعلب مخلوق مكر يمكنه ابتكار مليون استراتيجية حول كيفية مهاجمة القنفذ. لكن في كل مرة يحاول الثعلب استخدامها، فإنه يفشل – لأنه في كل مرة، يتدحرج في كرة مغطاة بأشواك حادة. لكن هذه الاستراتيجية تنجح دائماً. وعلى أساس المثل اليوناني القديم عن الثعلب والقنفذ، قسم الفيلسوف إشعياء برلين كل الناس إلى مجموعتين. فالثعالب ترى العالم في تعقيده، بينما القنافذ "تبسط عالماً معقداً في فكرة منظمة واحدة". هل يعني ذلك أن القنافذ أغبياء؛ مُطْلَقاً. آينشتاين والنسبية – هذه أفكار فإن هذا له علاقة بالتحول من الجيد إلى العظمة. يقدم كولينز هذا المثال: $E=MC^2$ ، تنظيمية مبسطة للعالم. من السهل جداً فهم وهي شركة صيدليات أمريكية، السوق بأكثر من 15 مرة. عندما سأل كولينز، Walgreens بحلول عام 2000، تجاوزت شركة شركة كورك ولجرين عن كيفية قيامهم بذلك، كان المفهوم هو الصيدليات الملائمة التي تحقق أرباحاً عالية لكل زيارة للعميل. جميع المواقع غير الملائمة بأخرى مناسبة، وجمعت متاجرها معاً بحيث لا يضطر الناس إلى السير Walgreens استبدلت شركة بعيداً من متجر إلى آخر.