

الابتكار

«الابتكار يميز بين القائد والتابع»

«يظهر بين الحين والآخر منتج ثوري
يغير كل شيء. ومن حسن حظك أن تعمل
لإنتاج واحد في حياتك المهنية.. كانت آبل
محظوظة جداً؛ لأنها ابتكرت حفنة من هذه
المنتجات».

نشرة آبل الإخبارية عن إطلاق جهاز آي فون، 2007

«الكل يريد حاسوب ماك بوك برو؛ لأنه
مدهش ومذهل».

اجتماع لحملة أسهم شركة آبل، 2006



«نعتقد أنه أكبر تقدم تحقق في صناعة
الرسوم المتحركة منذ أن بدأتها [شركة]
ديزني قبل خمسين عاماً بفيلم بياض الثلج».
عن فيلم «قصة دمية»، مجلة فورتن، 1995

«أبل هي شركة الحواسيب الشخصية
الوحيدة التي تصنع المكونات كلها -العتاد
الصلب والبرمجيات. وهذا يعني أنها قادرة
فعالاً متى قررت على صنع نظام أكثر سهولة
إلى أقصى حد في الاستخدام، ونقطة قوة
تساعدها حين تسعى وراء المستهلكين».



«جهاز آي ماك هو حاسوب السنة المقبلة
مقابل 1299 دولاراً، وليس حاسوب السنة
الماضية مقابل 999 دولاراً».

تقديم أول حاسوب من نوع آي ماك، 1998

«الأمرا لا يتعلق بالثقافة الشعبية، ولا بخداع
الناس، ولا بإقناعهم بشراء منتج لا يريدونه.
نحن نفكر فيما نريد، ثم نقرر إنتاجه».

مجلة فورتنش، 2008

«من الصعب فعلاً تصميم منتجات
بواسطة الجماعات التمثيلية. ففي كثير من
الأوقات لا يعرف الناس ماذا يريدون إلى أن
تبيّنه لهم».

مجلة بيزنيس ويك، 1998



«ربما لا يستمر أي عصر إبداعي كهذا
أكثر من عقد من السنين، لكن يمكن أن يصبح
عقداً ذهبياً إذا استطعنا إدارته بالطريقة
الصحيحة».

في أعقاب إطلاق حاسوب آي ماك، مجلة
فورتنش، 2000

«ما نريده هو القيام بقفزة نوعية وإنتاج
هاتف جوال [موبايل] يتفوق في الذكاء
وسهولة الاستخدام على أي جهاز ظهر إلى
الآن. هذا هو جهاز آي فون. سوف نعيد ابتكار
الهاتف».



«لا يتعلق الابتكار بحجم الدولارات التي
تمول عمليات البحث والتطوير. حين ابتكرت
أبل جهاز ماك، كانت شركة آي بي إم تنفق مئة
ضعف على البحث والتطوير على أقل تقدير.
ولا يتصل بالمال أيضاً. بل بالأشخاص الذين
يعملون معك، وكيف تقودهم، ومدى نجاحك
في ذلك.»

مجلة فورتن، 1998

«كان تحدياً ضخماً. دعونا نصنع هاتفاً
عظيماً نعشقه.»

«كلما اتسع فهمنا للتجربة الإنسانية،
تحسن التصميم الذي نبتكره.»



«الابتكار الإبداعي مجموعة متصلة من العمليات. فحين تسأل المبتكرين كيف أبدعتم المنتج، يشعرون بالذنب؛ لأنهم لم يصنعوه فعلاً بل شاهدوه. وبدا واضحاً لعيونهم بعد وهلة. وهذا لأنهم تمكنوا من ربط التجارب التي مروا بها، وجمعوا أشياء جديدة بطريقة تركيبية.»

«ويأتي الابتكار من رفض ألف فكرة وطريقة للتأكد من أننا لا نسلك السبيل الخاطئ، أو نبالغ في المحاولة. نحن نفكر دوماً في أسواق جديدة يمكن دخولها، لكن الرفض وحده يمكننا من التركيز على المهم فعلاً دون سواه.»

مجلة بيزنيس ويك، 2004



«خذ مثلاً تحرير أفلام الفيديو على سطح المكتب. لم أتلق قط طلباً من شخص أراد تحرير الأفلام السينمائية أو تعديلها في حاسوبه. لكن بعد أن شاهد الناس البرنامج المبتكر صاحوا بدهشة: يا إلهي، هذا شيء عظيم!».

مجلة فورتشن، 2000

«من النادر أن تجد فنانياً في الثلاثينيات أو الأربعينيات من العمر قادراً على الإسهام فعلاً بابتكار مدهش».

مجلة بلاي بوي، 1985



«يصدق الناس ما يرونه على السطح الخارجي: يُسَلَّم صندوق إلى المصممين، ويطلب منهم تحسين منظره، وتجميل صورته. لا نعتقد أن التصميم يشبه شيئاً كهذا، إذ لا يهم شكل المنتج أو مظهره أو ملمسه، بل كيف يعمل».

صحيفة نيويورك تايمز، 2003

«المنتجات رديئة! لم يعد فيها جاذبية!».

عن حالة شركة أبل قبل عودته إليها، مجلة بيزنيس وريك، 1997



«عليك أن تستمر في الابتكار، وصنع منتجات أفضل. وإذا أردت دومًا الأحدث والأفضل والأعظم، يجب أن تبتاع هاتف آي بود جديدًا مرة كل سنة على الأقل».

محطة إم إس إن بي سي، 2006

«نحن نحاول صنع أعظم المنتجات للناس، ولدينا على الأقل الشجاعة في معتقداتنا للقول: لا نظن أن هذا [المنتج] جزء من فئة المنتجات العظيمة، ولذلك سوف نتخلى عنه. فهذا ما يدفع لنا الزبائن من أجله».

مؤتمر المنتجات طلبها رقمية، دبي، 5، 2010



«إذا كنت نجاراً ماهراً يصنع خزانة جميلة
لن تستخدم لوحاً خشبياً رديئاً على السطح
الخلفي، مع أنه يواجه الحائط ولن يراه أحد.
فأنت تعلم أنه سيوجد هناك، ولذلك سوف
تستخدم قطعة بديعة من الخشب على ظهر
الخزانة. ولكي تنام قرير العين في الليل، يجب
أن تلتزم معايير الجودة والجمال دون تحفظ
وإلى أقصى قدر ممكن.»

«يأتي الابتكار من أفراد يلتقون في مداخل
القاعات أو يتصل أحدهم بالآخر في الساعة
العاشرة والنصف ليلاً ليعرض عليه فكرة
جديدة، أو لأنه حقق فتحاً مهماً يحدث اختراقاً
في طريقة تفكيرنا في مشكلة من المشكلات.»

مجلة بيزنيس ويك، 2004



«لا تبالغ في أخذ المسألة على محمل الجد.
فإذا أردت أن تعيش حياتك بطريقة مبدعة
وأخلاقية، بوصفك فناناً مبتكراً، عليك ألا
تنظر إلى الوراء كثيراً. يجب أن تكون مستعداً
للتخلي عن أي إنجاز حققته أو نسيان أي
منصب شغلته.»

مجلة بلاي بوي، 1985

«نحن نبتكر منتجات جديدة. ولن نعرف
أبداً هل تعجب الناس فعلاً بقدر ما تعجبنا.
أما أشد ما يثير فهو هذا الشعور القلق داخل
كيانك في أيام انتظار النتيجة.»

محطة سي إن بي سي، 2007



«في بعض الأحيان حين تبتكر ترتكب أخطاء. ومن الأفضل الاعتراف بها بسرعة، ومتابعة تحسين ابتكاراتك الأخرى».

«خذ جهاز آي فون على سبيل المثال. اعتمدنا تصميمًا مختلفًا لغطاء هذا الهاتف إلى ما قبل مرحلة الإنتاج بقليل، بحيث صعب تغييره. وأتيت في صباح أحد أيام الإثنين، وقلت: لا يعجبني هذا. ولا أستطيع إقناع نفسي بالإعجاب به. وهو أهم منتج صنعناه في تاريخنا. ثم دفعنا زر تصحيح الوضعية».

مجلة فورتن، 2008



«لم يكن المهم في تصميم حاسوب ماك
مظهره أو شكله، مع أنهما جزء منه. في
الأساس، كان المهم كيف يعمل. إن تصميم
أي جهاز تصميمًا جيدًا فعلاً يتطلب فهمه
وتحسين أدائه».

«السبب وراء عدم صنع الحاسوب اللوحي
بشاشة من قياس سبع بوصات لا يعود إلى أننا
لا نرغب في بيعه بسعر مغرٍ في سوق التجزئة،
بل لتعذر صنع حاسوب لوحي فعال وجيد
الأداء بشاشة قياس سبع بوصات».



«لا توجد شركة أخرى قادرة على صنع حاسوب ماك بوك إير، والسبب لا يقتصر على أننا نتحكم بالعتاد الصلب فقط، بل بنظام التشغيل أيضاً. والتفاعل الودي الحميم بين نظام التشغيل والعتاد الصلب هو الذي يتيح لنا القيام بذلك. بينما لا يوجد تفاعل حميم بين ويندوز ومفكرة (notebook) شركة ديل».

«يجب أن تبدأ من تجربة الزبون، وتعود باتجاه التقنية - وليس العكس».

مؤتمر مطوري شركة أبل في العالم، 1997



«ماتت صناعة الحاسوب المكتبي.
وتوقف الابتكار فيها فعلاً. إذ تهيمن شركة
مايكروسوفت على الميدان بأقل قدر من
الابتكار والإبداع. حسمت المعركة وخسرت
آبل. ودخلت سوق الحاسوب المكتبي العصور
المظلمة، وسوف يظل فيها طوال السنوات
العشر المقبلة، أو بقية هذا العقد بالتأكيد».

مجلة واير، 1996

«يعجبني قول مقتبس من [لاعب الهوكي
الكندي] واين جريتزكي: أذهبُ إلى حيث
سيذهب القرص، لا إلى البقعة التي كان فيها.
حاولنا فعل ذلك في آبل، منذ البدايات المبكرة.
وسوف نفعله يوماً».



«لدي خطة يمكن أن تنقذ آبل. لا أستطيع قول أكثر من أنها المنتج المثالي والإستراتيجية المثالية لآبل. لكن لن يصغي إلي أحد هناك».

مجلة فورتن، 1995

«لقد فكروا في تأثيرات العملية النسقية ومضامينها فعلاً. وحققوا إنجازاً عظيماً بتصميم هذه الآلات لغسيل الثياب وتجفيفها. وهي تملؤني بإثارة أعمق من تأثري بأي آلة من آلات التقانة المتقدمة التي ظهرت منذ سنين».

عن شركة ميبيل Miele الألمانية المصنعة للأجهزة والأدوات المنزلية المتطورة تقنياً، مجلة وايرد، 1996



«من يحتاج الآن إلى أقلام ستايلوس؟
عليك أن تحضرها، وتخبئها، ثم تفقدها. آه،
لا أحد يريدتها.»

«لدينا بعض المنتجات الممتازة التي
ستظهر، لكن لا نتكلم عنها.»

مجلة بيزنيس ويك، 1998

