

الخطوة الرابعة
كن مبدعاً



Objeikan.com

التفكير الإبداعي هو القدرة على إنتاج بدائل جديدة، وتصور إمكانات جديدة، وصياغة أساليب جديدة في إنجاز الأمور، والانفتاح على المعلومات الجديدة التي لا تدعم الافتراضات الموجودة أصلاً لديك، بشأن طريقة عمل الأشخاص في الشركة، وعندما تفكر تفكيراً إبداعياً، فإنك تنشئ قيمة جديدة لوحدتك وشركتك بصورة عمليات أكثر كفاية، وأفكاراً لمنتجات أكثر ابتكاراً، وطرقاً أفضل في خدمة العملاء. وستجد من خلال الصفحات الآتية أفكاراً تجعل إبداعك متدفقاً.

تحدي افتراضاتك الشخصية

قد ينتج تحدي معتقداتك بشأن كيفية القيام بالأعمال في مؤسستك أفكاراً جديدة قيمة. ولتحدي الافتراضات، اطرح أسئلة، مثل: «لماذا نعتقد وجوب التعامل مع التفكير الإبداعي بهذه الطريقة؟ وماذا لو تحدينا الافتراضات بهذه الطريقة بدلاً من التفكير الإبداعي؟»

افترض مثلاً أنّ شركتك كانت دائماً تشحن المنتجات إلى العملاء صباح كلّ ثلاثاء، وقد أدى ذلك إلى اختناقات في دائرة الشحن، فإنك تتساءل: «لماذا نشحن المنتجات صباح كلّ ثلاثاء فقط؟ كيف سيكون تجاوب العملاء إذا شحننا المنتجات بعد ظهر ذلك اليوم، أو شحنها يوم الأربعاء؟ وبقيامك بالقليل من البحث في السوق، تكتشف أنّ العملاء يرضون بالشحن مساء الثلاثاء، أو صباح الأربعاء، فتُغيّر مواعيد الشحن مزيلاً بذلك ازدحاماً كبيراً في دائرة التوصيل.

نصيحة: تحدّ الأساليب الحالية في العمل، وفكّر في إمكانية عملك وموظفيك معاً، بطرق جديدة لم يُتطرق إليها سابقاً.

الدعوة للتحدي

كن مستعداً لاستقبال الأفكار التي تدهشك بترحاب بوصفها مستثيرة، وحتى لو كانت غير معقولة في البداية، فقد تؤدي بعض هذه الأفكار في النهاية إلى أفكار جديدة يمكن تحويلها إلى قيم عملية.

افترض مثلاً، أنّك تعمل لحساب شركة إلكترونيات استهلاكية، وأنّ اليوم هو صباح يوم الإثنين، وأنّك تتحدّث إلى زميل بشأن عطلة نهاية الأسبوع، فيصادف أن يذكر زميلك أنه ركّب نوافذ جديدة في بيته يوم السبت، فتتكون فجأة صورة في ذهنك: شاشة تلفاز صغيرة «متعدّدة النوافذ» تبين ما تعرضه القنوات الأخرى، وعلى الرغم من أنّ هذه الفكرة بدت غريبة في البداية، لكنّ شركتك قد طوّرتها في النهاية إلى ميزة جديدة، سجلت مبيعات كبرى لدى المستهلكين.

نصيحة: نمذج الاستثارة من خلال تقديم أفكار قابلة للتغيير، وتبدو غير معقولة لدى الآخرين، فتكون بذلك قد نمذجت التفكير الإبداعي، وقد يقلدك الآخرون، فيستثير ذلك الطاقة الإبداعية في مجموعتك.

تصوّر العالم المثالي

قد يساعدك - في بعض الأحيان - ما يمكن أن يكون في العالم المثالي على إنتاج أفكار جديدة مفيدة أو على حلّ مشكلة مزعجة، افترض مثلاً أنّك تُدير وحدة تصنيع يتزايد عدد الموظفين غير المهتمين فيها بالعمل في مناوبات العطلة، فتدعو لجلسة عصف ذهني مع زملائك من المديرين للتوصّل إلى حلول للمشكلة، فيذكر أحدهم أنكم في حاجة إلى استخدام حوافز أفضل مع الموظفين، قائلاً: «دعونا ندفع لهم أكثر لمناوبات العطلة، أو نحجب الترقيات عن أولئك الذين يرفضون المناوبة». في حين يبدو هذا وكأنه حل ممكن، لكنك لا تتوقّف عند ذلك، وتتساءل: «في العالم المثالي، ما الذي يمكن أن نراه يحدث؟» فيجيب شخص آخر: «حسناً، في عالمي المثالي يجب الأشخاص العمل في العطلات، فيقودك هذا التعليق إلى تصوّر قوة عاملة دائمة ليومي السبت والأحد منفصلة عن العاملين خلال الأسبوع، فتبدو الفكرة في البداية غير قابلة للتطبيق، إذ لم تجرّب الشركة هذا سابقاً، ولكن المؤسسة توافق على اختبارها في برنامج تجريبي فتثبت نجاحها.

نصيحة: استخدم الخرائط الذهنية، وارسم على أوراق بيضاء صوراً تمثّل أفكارك والطريقة التي يمكن ربطها بها، إضافة إلى ذلك، يمكنك إنشاء روابط أكثر مما لو كتبت مجرد الأفكار على ورقة مسطرة.

جمع وجهات نظر الآخرين

قد تساعد الدعوة المتعمدة للأشخاص الذين يعملون في أجزاء أخرى في المؤسسة للتشارك في وجهات نظرهم حيال مشكلة ما، أو تحدُّ ما، على معرفة أنّ هناك أكثر من طريقة لتصوّر الوضع، فتصوّر مثلاً، أنّك مدير حسابات لخط إنتاج شهد مبيعات بسيطة، فتفكر أنّ سعر المنتج قد يكون سبب المشكلة، وتستدعي مجموعة من زملائك المديرين لمناقشة إستراتيجية التسعير، وتعرض أفكارك في الاجتماع: «الأمر من وجهة نظري أننا نمتلك ثلاثة بدائل، هي: ترك السعر على ما هو عليه، أو خفضه، أو رفعه، هل هذا هو الوضع كما يراه الموظفون جميعهم؟»

يجيب مدير التسويق: «إنّ هذه ليست الخيارات الوحيدة كما تعلم، فهل فكرت في تغيير طريقة ترويجك المنتج؛ لإعطائه صورة أكثر تطوراً، واستخدامها في تبرير رفع السعر؟ وماذا عن إبقاء السعر على ما هو عليه، وإعطاء تخفيضات خاصة؟ يتفق مدير الحسابات مع ما قيل، قائلاً: «يمكنك أيضاً محاولة خفض السعر في بعض منتجات خط الإنتاج، أو تخفيضه مدة محدودة ثم رفعه مجدداً».

تنتج هذه الأفكار أفكاراً إضافية من المشاركين في الاجتماع، وبانتهاء الاجتماع تكون قد أنتجت كثيراً من البدائل، أكثر مما كنت ستفعل لو تمسكت بوجهة نظرك الأصلية، وكلما أنتجت بدائل أكثر، حصلت على فرص أفضل في اختيار الحلول الأكثر فاعلية للمشكلة

مقارنة بالتفكير في خيار أو اثنين، وفي الواقع، يؤدي اجتماعك في النهاية إلى إيجاد نسخة من المنتج منخفضة السعر، وخط إنتاج مرتفع السعر يُباع كلاهما فوراً.

نصيحة: استحضر الأنواع المبتكرة، وحدد الأشخاص المبدعين في الشركة، واطلب إليهم المشاركة في جلسات العصف الذهني وغيرها من الأنشطة، إذا احتجت إلى المساعدة على تحفيز الإبداع لدى المشاركين.

رعاية بيئة إبداعية

إن أهمّ مكونات التفكير الإبداعي - إلى حد بعيد - امتلاكك عقلاً منفتحاً، لا أن تكون دفاعياً ومتعصباً لأفكارك. وعليه، أنشئ بيئة داعمة يشعر فيها الأشخاص بأنهم يستطيعون توليد الأفكار بحرية، دون الحكم عليهم أو انتقادهم، واسمح لهم مثلاً، في أثناء جلسات العصف الذهني، ذكر أكبر عدد ممكن من الأفكار التي لديهم، واكتب الأفكار جميعها دون التعليق عليها أو السماح لأي شخص آخر بالتعليق عليها، وأعرب عن تقديرك للأفكار التي تبدو «مجنونة»، فكلما كانت مرحلة ومسلية، كان ذلك أفضل، ولا تقلق بشأن تضييق الأفكار الواسعة النطاق وصولاً إلى الأفكار الأكثر عملية، إلا بعد انتهاء أولئك الأشخاص جميعهم من التفكير وذكر أفكارهم.

استخدم اللعب والفكاهة لإشعار الأشخاص بالراحة، ووضعهم في مزاج مرح، فكلما كانوا أكثر ارتياحاً، سهل عليهم تصوّر الاحتمالات الجديدة، وفتحوا أذهانهم للأفكار الجديدة.

استخدم «ورقة العمل للتفكير الإبداعي» الموجودة في قسم نصائح وأدوات، في توثيق أفكارك بشأن هذا الجانب من التفكير الإستراتيجي.

نصيحة: شجّع موظفيك على توفير الوقت ليكونوا مبدعين؛ فهم يستطيعون تخصيص وقت من برنامجهم اليومي، أو الأسبوعي، غير المحجوز لاجتماع أو مهمة، أو أيّ نشاط آخر متعلق بالعمل، وادعهم إلى استخدام ذلك الوقت في ترك أفكارهم حرّة: فربّما يجدون أنفسهم يفكرون في أفكار جديدة لحلّ المشكلات القديمة.

