

MỒ XẾ NỀN VĂN HÓA GOOGLE (KỲ I)

Muốn h

Muốn hiểu rõ nền văn hóa doanh nghiệp tại Google, tốt nhất hãy quan sát thử... toilet của họ.

Tất cả các phòng vệ sinh bên trong đại bản doanh của Google đều được trang bị đèn xi bệt hiện đại, tối tân nhất của Nhật Bản, có khả năng... sưởi ấm người ngồi phía trên trong những ngày giá lạnh.

Nếu xả nước vẫn là chưa đủ, một nút bấm không dây phía trên cánh cửa sẽ kích hoạt tính năng "dọn vệ sinh" và sấy khô vòng 3 cho người dùng.

Không chỉ được nuông chiều bằng những bồn xí bệt hi-tech, nhân viên Google còn được khuyến khích tận dụng tối đa khoảng thời gian "rảnh rỗi" hiếm hoi này. Bên trong mỗi khoang đều có gắn một bảng chữ điện tử với tiêu đề: Mã Test sử dụng cơ sở dữ liệu. Nó sẽ hiển thị những câu đố được thay đổi hàng tuần, xoay vào những chủ đề kỹ thuật và mã lập trình testing.

Tận hưởng cuộc sống và tư duy khác người

Họ có thể tự do bơi trong bể bơi tạo sóng ngoài trời, tất nhiên là miễn phí. Nguồn: Times.

"Toilet" đã phản ánh rất rõ triết lý làm việc chung tại Google: Trang thiết bị hiện đại, hào phóng giúp con người cảm thấy nhẹ nhõm, thư giãn, vui vẻ và tư duy theo cách thức "không bình thường". Cũng chính nhờ vậy mà Google có thể sáng tạo ra hàng loạt sản phẩm, dịch vụ mới với tốc độ tên lửa.

Làm sao duy trì nền "văn hóa sáng tạo" luôn là một chủ đề nóng bỏng trong lòng Google, khi mà đến mùa thu năm nay, gã khổng lồ tìm kiếm sẽ tròn 8 tuổi. Google đã hành quân đi khắp thế giới, khai trương văn phòng tại những thành phố như Bắc Kinh, Zurich và Bangalore. Chỉ trong vòng 3 năm qua, đội ngũ nhân viên Google đã đông gấp 3 lần, đạt 9000 người.

Gần như mỗi tuần, Google lại tung ra một sản phẩm mới. Khi sản phẩm "cây nhà lá vườn" không cất cánh, Google cũng chẳng ngưng gì mà thu tóm, nuốt chửng ngay đối thủ mạnh nhất. Điển hình chính là vụ Gã khổng lồ này mua lại website chia sẻ video YouTube với giá 1,65 tỷ USD cổ phiếu.

Nhân viên là Thượng đế

Tích cực tưởng thưởng và tôn vinh những thành công, có vẻ như Google luôn nhún vai coi khinh thất bại. Tinh thần "coi trời bằng vung", không biết sợ là gì này thối nhừn trong từng con người ở Googleplex.

Đại bản doanh này là một chuỗi các tòa nhà thâm thấp đứng sát nhau, trông giống như ký túc xá đại học hơn là trụ sở của một tập đoàn hàng đầu thế giới. Bốn bể văn phòng được dát toàn kính màu, với đủ những "cạm bẫy ngọt ngào" để níu chân người: ba bữa ăn miễn phí mỗi ngày, một bể bơi tạo sóng ngoài trời miễn phí, phòng tập thể thao trong nhà, một nhà trẻ cho cán bộ công nhân viên gửi "nhóc".

Đội xe buýt riêng chạy như con thoi mỗi ngày, đưa đón nhân viên từ nhà đến San Francisco và ngược lại. Tất cả những quyền lợi đó khiến cho bất cứ một cư dân Thung lũng Silicon nào cũng phải ghen tị.

Nhân viên Google được khuyến khích đề xuất những ý tưởng tham vọng, thậm chí điên rồ càng nhiều càng tốt. Các giám sát viên sẽ phân ý tưởng về cho từng nhóm nhỏ, kiểm tra xem ý tưởng đó có "chạy" được hay không. Gần như người nào ở Google cũng kiêm thêm một chức danh "ảo" là: Giám đốc sản phẩm.

Vào giờ nghỉ, nhân viên Google được chơi bóng rổ, bơi, tập thể thao miễn phí ngay trong đại bản doanh Googleplex. Nguồn: Washingtonpost

Tất cả các kỹ sư dành 20% thời gian làm việc cho những ý tưởng của chính họ. Nhiều dự án cá nhân đã được ra mắt công chúng, chẳng hạn như mạng xã hội ảo Orkut và Google News, một dịch vụ tổng hợp tin tức cạnh tranh với Yahoo News.

Nền văn hóa này giúp giải thích vì sao một hãng chuyên về tìm kiếm lại có thể tung ra quá nhiều sản phẩm đa dạng như thế. Bản thân Google cũng mạnh mẽ tuyên bố sứ mệnh của họ là "sắp xếp và tổ chức lại" thông tin của toàn cầu. Bất chấp sự phản đối quyết liệt của giới xuất bản và tác giả, Google vẫn nuôi mộng quét toàn bộ sách trên thế giới lên mạng.

"Tay chơi xỏ số"

Hãng cũng dự định phủ sóng Wi-Fi miễn phí trên phạm vi toàn San Francisco. Hơn hết thảy, Google muốn "xốc lại" thế giới quảng cáo, bằng cách dùng Internet để bán quảng cáo trên tạp chí, báo in và phát hành.

Philip Remek, một người có thể coi là "Chuyên gia Google học" nói rằng các sáng kiến ở Google cứ "tầng tầng ra lò như người ta đi mua vé số". Rất nhiều vé không trúng, chỉ một số ít là trúng giải độc đắc, nhưng nếu không thử thì chẳng bao giờ bạn trúng được giải nào.

Thường thì Google tung ra một dịch vụ/ sản phẩm mới trước cả khi chúng sắp tham gia "chín muồi". Các đối thủ đều sợ hãi, bởi họ biết gã khổng lồ tìm kiếm có thừa kiên nhẫn lẫn tiền bạc (Giá trị thị trường khoảng 140 tỷ USD và doanh thu mỗi quý cỡ 2,69 tỷ) để thử hết canh bạc này đến canh bạc khác.

Và đó cũng chính là thông điệp mà Google gửi tới cho các nhân viên.

"Nếu chưa va vấp và thất bại, chúng tỏ anh chưa đủ cố gắng", ông Richard Holden, Giám đốc quản lý của Google AdWords cho biết. Dịch vụ này cho phép các nhà quảng cáo đấu thầu để giành vị trí "đắc địa": đặt quảng cáo ngay bên cạnh kết quả tìm kiếm.

(Còn tiếp)

Trọng Cẩm