

NHỮNG Ý TƯỞNG LÀM THAY ĐỔI THẾ GIỚI - KỲ I

Dù bạn có nhận ra hay không, những ý tưởng dưới đây cũng đã âm thầm làm thay đổi hoàn toàn cách chúng ta làm việc, sinh sống, sáng tạo và giải trí. Bình chọn của BusinessWeek về những ý tưởng tuyệt vời nhất trong năm 20

Dù bạn có nhận ra hay không, những ý tưởng dưới đây cũng đã âm thầm làm thay đổi hoàn toàn cách chúng ta làm việc, sinh sống, sáng tạo và giải trí. Bình chọn của BusinessWeek về những ý tưởng tuyệt vời nhất trong năm 2005.

1. Địa lý: chuyện xưa như trái đất Trong các nhiệm sở, địa lý đã không còn là vấn đề ngáng trở được nữa. Ngay cả ở một công ty cỡ nhỏ, các nhân viên vẫn có thể làm việc, phối hợp xuyên lục địa, miễn là họ sử dụng chung một chuẩn không dây dành cho laptop, địa chỉ email, ĐTDĐ và truy cập vào mạng nội bộ intranet. Dù bạn đang ở Singapore hay California, ai cần quan tâm cơ chứ? Mặt khác, hai người sống chung một tòa chung cư vẫn có thể làm việc theo những múi giờ trái ngược hẳn nhau như thường. 7 giờ sáng, người này có thể thư thái kết thúc một ngày làm việc mệt nhọc bằng một ly martini, trong khi người kia hối hả ăn vội miếng bánh để bắt đầu ngày mới. Hai người ở cách xa nhau nửa vòng trái đất vẫn có thể là đồng nghiệp như thường.

Chỉ có duy nhất một điều cần chú ý: Hãy điều chỉnh lại chu kỳ sinh học của bạn mà thôi.

2. Đơn giản là vàng

Tại sao lại phải hì hục nhấn tới 5 cái nút trong khi trên thực tế, bạn hoàn toàn có thể làm được việc đó chỉ bằng một lần nhấn phím duy nhất? Sự đơn giản chính là châm ngôn và cũng là xu hướng mới nhất trong thiết kế cũng như nghệ thuật quản lý doanh nghiệp hiện nay. Khi cuộc sống ngày càng hối hả và con người ngày càng vội vã, ai cũng cần một thứ thiết bị hoạt động nhanh hơn, hiệu quả hơn. Suy cho cùng, ai còn có thời gian mà ngồi tỉ mỉ điều khiển bằng tay cơ chứ?

Đấy chính là lý do iPod nano thắng lớn. Chiếc máy pha cà phê espresso một nút bấm Jura Capresso cũng vậy, đơn giản đến tuyệt đối. Sự phức tạp đã trở thành yếu tố ngáng trở sản phẩm. Xu hướng mới là "lột sạch" những thứ rườm rà, đưa sản phẩm trở về cội nguồn nguyên thủy nhất. Trong năm 2005 và cả những năm tới, hãy nhớ: càng ít càng lành, càng ăn tiền.

3. Sáng tạo hoặc là chết

Nền kinh tế Tri thức đã dọn đường cho Nền kinh tế mới mang tên Sáng tạo. Thông tin đã trở thành một món hàng hóa cũng giống như than đá hay ngô nếp. Trước đây, nước Mỹ tự ru mình trong một giấc mộng đẹp rằng châu Á chỉ có thể đảm đương những công việc sản xuất "chân tay", còn thiết kế và phát minh là độc quyền của đội ngũ chuyên gia nước này. Nhưng té ra ngay những công việc "trí tuệ" như viết phần mềm, kiểm toán, kỹ sư v...v... cũng có thể được gia công thô tại Ấn Độ, Trung Quốc và Đông Âu như thường.

Trong bối cảnh này, con đường duy nhất để tồn tại là hãy tập trung toàn lực vào sáng tạo và thiết kế. Hãy thường xuyên động não và cho ra đời những sản phẩm/dịch vụ thỏa mãn những nhu cầu mà chính bản thân người tiêu dùng cũng chưa nghĩ ra (là họ cần). Đấy chính là con đường để thu hút khách hàng trung thành, để thành công và suy cho cùng, là để sống sót.

4. Google muốn "rock" cùng bạn

Google sẽ tiếp tục làm rung chuyển thế giới thương mại bằng những ý tưởng và phát kiến mang tính cách mạng. Gã khổng lồ tìm kiếm giống như một cỗ xe tăng lừ lừ càn quét qua tất cả các mặt trận, và luôn luôn, kẻ phải lo sợ là các doanh nghiệp khác. Từ quảng cáo cho đến số hóa sách, từ tìm kiếm cho đến VoIP, không có gì là Google không đụng tay vào.

Sáng tạo liên tục, liên tục và liên tục chính là bí quyết cho mọi thành công của Google. Ý tưởng

nảy ra ở mọi nơi, giữa cuộc họp căng thẳng cho đến quanh bàn cà phê. Các kỹ sư có thể lựa chọn tùy ý dự án mà họ hứng thú. Lãnh đạo của Google tin tưởng vào chiến lược "Cố đấm ăn xôi", chấp nhận hàng loạt thất bại để tìm kiếm những thành công "khổng lồ". Một số dịch vụ mới:

1. Bản đồ vệ tinh: Cho phép Zoom cận cảnh vào hình ảnh các khu vực có trong cơ sở dữ liệu của Google. 2. Google Base: Một dịch vụ "rao vặt" của Google, cho phép người dùng tải ảnh cùng thông tin lên Google. Những người khác có thể truy cập vào xem qua tìm kiếm. 3. Bản đồ địa phương: Kết quả tìm kiếm chuẩn, thông báo vị trí các rạp hát hoặc nhà hàng trên bản đồ một khu vực cụ thể. 4. Gmail: Dịch vụ mail miễn phí của Google: dung lượng lớn, giao diện tối giản. 5. Google print: Số hóa hàng triệu cuốn sách trong các thư viện lớn nhất nước Anh, cho phép người dùng truy cập vào xem nội dung mà không mất tiền.

5. Sức mạnh và tiềm năng của Môi trường nguồn mở

Ngày xưa ngày xưa, trong các công ty, mọi quyết định chỉ được đưa ra tại phòng họp lãnh đạo. Ngày nay, trong môi trường làm việc nguồn mở, quyền lực đã được phân đều. Giám đốc điều hành không còn nắm giữ quyền lực tuyệt đối và bản thân các nhân viên thực sự có năng lực cũng không muốn làm con rối bị người khác giật dây.

Những công nghệ mới như blog, diễn đàn nội bộ đang tiêu diệt cấu trúc "ra lệnh và tuân thủ" lạc hậu. Bất cứ nhân viên nào giờ đây cũng có thể đề xuất, biên tập, trau chuốt, bình luận một ý tưởng với công ty. Thứ mà một thời người ta từng nghĩ sẽ "làm loạn" cả công ty té ra lại giúp nâng cao hiệu suất làm việc. Môi trường nhiệm sở trở nên sáng sủa khi quyền lực và thông tin được chia sẻ trực tiếp, nhanh chóng và công khai.

Các hãng thậm chí còn vươn ra thế giới bên ngoài để tìm kiếm ý tưởng. Các fanclub trực tuyến giúp Lego thiết kế những bộ đồ chơi mới, vì thế sản phẩm của hãng cứ bán ra ào ào mà chả tốn xu nào cho marketing. Các quan chức của P&G thì tận dụng trí lực trong InnoCentive, một mạng Web tập hợp tới 80.000 nhà khoa học trên toàn thế giới, để tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề mà nhân viên của hãng bó tay.

Thiên Ý