

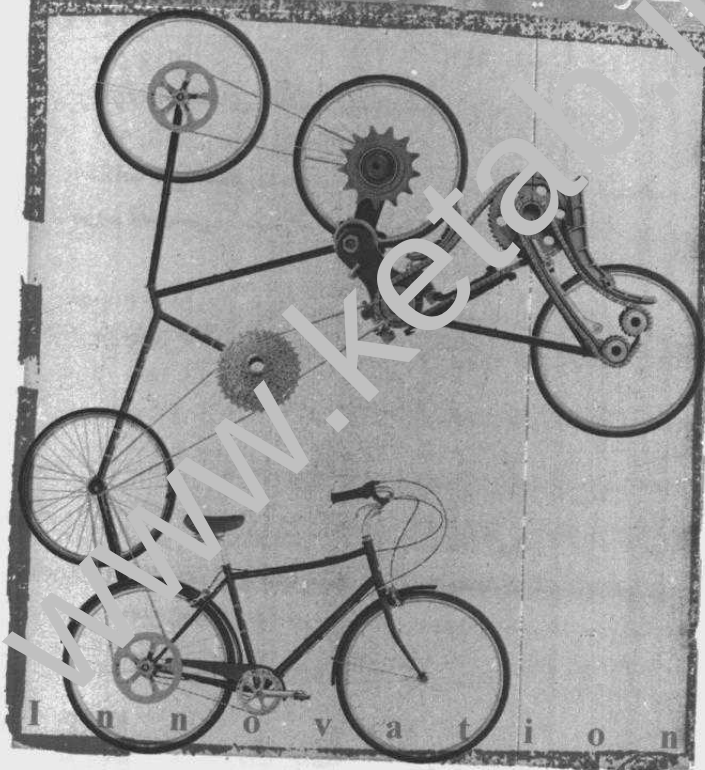
6/100

اسکات دی. آنتونی

موریم تقدیسی

نوآوری

گونه ایده‌های خلاق ایجاد کنیم





آنتونی، اسکات دی.
 نوآوری / نوآوری از نان شب واجب است / اسکات دی. آنتونی؛
 [مترجم] مریم تقدیسی،
 تهران: پندار تابان، ۱۳۹۶.
 ISBN: 978-600-8593-60-7
 فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیبا
 عنوان اصلی: The Little Black Book of Innovation: How it
 Works, How to do it

چاپ قبلی: صبح صادق، ۱۳۹۲.
 چگونه ایده‌های خلاق ایجاد کنیم.
 موضوع: ۱. نوآوری -- مدیریت. ۲. فرآورده‌های جدید -- مدیریت.
 ۳. موفقیت در کسب و کار

HD۳۵/۸.ن۹

۶۵۸/۲۰۶۲

تقدیسی، مریم، ۱۳۴۲ -- مترجم

۳۸۵۱۸۷۴

سرشناس:
 عنوان و نام پدیدآور:
 مشخصات نشر:
 شابک:
 وضعیت فهرست‌نویسی:
 یادداشت:
 یادداشت:
 عنوان دیگر:
 موضوع:
 رده‌بندی کنگره:
 رده‌بندی دیویی:
 شناسه‌ی افزوده:
 شماره کتابشناسی ملی:

نهاد آوری
چگونه ایده‌های خلاق ایجاد کنیم

استاد دکتر. انتون
مریم تقی‌پور

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۷۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۳-۶۰-۷

کلیه حقوق محفوظ است.

تهران: خیابان انقلاب اسلامی، روبه‌روی دانشگاه تهران،

پلاک ۱۲۹۰

تلفن: ۶۶۴۰۴۵۳۲

Email: PendarTaban@gmail.com



فهرست

پیش گفتار	۷
ماجرای سفر نوآوری من	تیمه
پایه گذاری	بخش اول
ضرورت نوآوری	فصل ۱
استان نوآوری	فصل ۲
نوه نوآوری راشمور	فصل ۳
هفت گاه کبیره ی نوآوری	فصل ۴
برنامه ی نوآوری	بخش دوم
کشف فرصت	هفته ی اول
طرح اولیه ی ایده ها	هفته ی دوم
ارزیابی و آزمایش ایده ها	هفته ی سوم
حرکت به سمت جلو	هفته ی چهارم
پیمان نوآور	نتیجه گیری

۱۹

۲۱

۳۹

۶۳

۷۵

۸۷

۹۱

۱۲۹

۱۶۵

۲۰۱

۲۳۵

پیش‌گفتار

من در اواسط ۲۰۱۰ آزمایشی انجام دادم. به سوژه‌های این آزمایش تجربی - همکارانم در شرکت اینوسایت که در ارائه خدمات حرفه‌ای کارشناسی در زمینه‌ی نوآوری فعالیت دارند - گفتم هدفم از این آزمایش این است که بدانم آن‌ها چه کتاب‌هایی را درباره‌ی نوآوری به همکارانشان توصیه می‌کنند. از آن‌ها درباره‌ی ده کتاب سؤال کردم که اگر بدعت‌گذارانه فکر کنم احتمالاً باید آن‌ها را «شرع اینوسایت» بنامم. پنج تا از این کتاب‌ها را کلیتون کریستنسن، دبیر اجرایی اینوسایت، دو تا از آن‌ها را عضو هیئت‌مدیره‌ی اینوسایت که ریچارد فاسینگ همرد و سه تای دیگر را اعضای گروه رهبری اینوسایت نوشته بودند. هر یک از شرکت‌کننده‌ها در این بررسی باید می‌نوشتند که آیا کل کتاب را خوانده‌اند، بخش‌هایی از آن را خوانده‌اند، کتاب را فقط ورق زده‌اند یا اصلاً آن را نخوانده‌اند.

سه کتابی که بیش از همه توجهم را جلب کرد کتاب‌هایی بودند که به نظر من برای کارمندانمان مناسب‌تر از دیگر کتاب‌ها بودند - راه‌حلی برای نوآوری (اثری که دربرگیرنده‌ی زمینه‌ی نظری اکثر آثار اینوسایت است)، راهنمای رشد نوآوری (کتابی که نحوه‌ی عملکرد ما را قدم به قدم به ما نشان می‌دهد)، و

دستیابی به فضای سفید (که در آن زمان جدیدترین اثر اینوسایت بود). فقط نیمی از مشاوران ما یعنی افرادی که هر روز وقتشان را صرف مشاوره با مراجعان درباره‌ی نوآوری و رشد می‌کنند گزارش کردند که بخش عمده‌ی هر سه کتاب یا کل آن‌ها را خوانده بودند (مراجعین محترم نگران نباشید - ما برای اطمینان از ارائه‌ی خدماتی عالی به مشتریانمان الگوهای کارآموزی و برنامه‌های فوق‌العاده‌ی آموزشی داریم). این نتیجه دور از انتظار نبود. ناشرمان به من گفت که ارقام نشان می‌دهد ۹۰ درصد از مشتریانی که کتابی‌هایی را در زمینه‌ی کار و حرفه خریداری می‌کنند، رگز آن‌ها را نمی‌خوانند.

و من این کتاب را به همین دلیل نوشتم. نوآوری به نحوی فزاینده زندگی همه‌ی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ده‌ها سال تحقیقات و بررسی در این زمینه حاکی از موفقیت افراد علاقه‌مند بوده است. هدف من از نوشتن این کتاب این بوده که با استفاده از حکایات، اده‌ی که طی ده سال جمع‌آوری کرده‌ام، این مسئله را برای خواننده قابل فهم‌تر و قابل دسترسی‌تر کنم. امیدوارم این کتابچه‌ی سیاه نوآوری، مرجع روزمره‌ی شما باشد و شما را در ایجاد تغییراتی که موفقیت در کار و زندگی را برایتان امکان‌پذیر می‌سازد، دری‌کند. من شاهد تأثیر این روش‌ها در زندگی اعضای خانواده، دوستانم، و صاحبان مشاغل و شرکت‌های بزرگ بوده‌ام. به این امید که آنچه در ادامه آمده یاریگر شما هم باشد.

مقدمه

ماجرای سفر نوآوری من

اساس کتابچه‌ی سیاه نوآوری، اجرای آشنایی من با این زمینه تشکیل داده است. این ماجرا روز جمعه ۲۰ اکتبر ۲۰۰۰ در هواپیما آغاز شد. حافظه‌ی تصویری من ضعیف است و معمولاً جزئیات خاطراتم را هم یادداشت نمی‌کنم؛ ولی این لحظه‌ی خاص با رویدادی مصادف شد که باعث شد در خاطرم نقش ببندد. پرل جم، ۲۱ اکتبر ۲۰۰۰، کنسرتی در نیمه‌ی آسمان صحرا در فونیکس.^۱

کتابی را به نام معضل نوآوری نوشته‌ی پروفیسور دانشکده‌ی بازرگانی هاروارد، کلیتون کریستنسن، همراهم برده بودم. من دانشجوی سال دوم همین دانشکده بودم و در دوره‌ای آزمایشی شرکت کرده بودم که کریستنسن

۱. با کمی تحقیق متوجه شدم کنسرت در روز شنبه برگزار می‌شود. البته به لطف وبسایت «ستالیست دات‌افام»! به کمک این وبسایت متوجه شدم کنسرتی که قرار بود در آن شرکت کنم، یکی از ده‌ها باری بود که پرل جم «ملودی جاودانه» را با گروه «لا» و زنده اجرا می‌کرد. اینترنت گاهی هم به درد می‌خورد و همین نوشتن کتاب را لذت‌بخش‌تر می‌کند.

جالب توجه پانویس‌خوان‌ها: هیچ ارجاع آکادمیکی در این کتاب وجود ندارد و همه‌ی آن‌ها فقط اظهارنظرهای شخصی یا معترضه هستند.

برای اولین بار آن را درس می‌داد: تأسیس شرکتی موفق و پایدار.^۱ اولین روز کلاس جالب بود. کریستنسن در حالی که شانه‌هایش را جمع کرده بود، اندام دومتری‌اش را از چهارچوب در وارد کرد. او برخلاف ظاهر قدرتمندش ملایم صحبت می‌کرد. کریستنسن توضیح داد که اولین مسئله‌ی مورد علاقه‌اش در این فصل از سال بسکتبال دوک بود^۲ چون پسر بزرگش - که کمی هم از خودش بلندتر بود - در مرکز این تیم بازی می‌کرد. بعد کریستنسن کاری کرد نه در اچ‌بی‌اس سال ۲۰۰۰ عجیب به نظر می‌رسید - او شصت دقیقه درباره‌ی تحقیقات افکارش در زمینه‌ی استفاده از آستات برای پروژکتورهای بالای سر صحبت کرد. این برای بسیاری از دانشجویها خسته‌کننده بود؛ ولی من در صندلی‌ام بنشیندم و به دقت به صحبت‌های جذاب کریستنسن گوش کردم. در آن پرواز، در جمعه به فونیکس معضل نوآوری را خواندم. اگر بگویم این پرواز زندگی‌ام را به یاد داد کمی کلیشه‌ای حرف زده‌ام؛ ولی توجه داشته باشید که وجود کلیشه‌ها هم فایده دارد. تحقیقات و افکار کریستنسن بیش از پیش توجه و علاقه‌ام را به خود جلب کرد. من در طول آخرین ترم‌هایم در دانشگاه هاروارد، تحقیقات آزادی برای دانشجویان انجام دادم، شغلی در زمینه‌ی فعالیت‌های تحقیقاتی او بعد از فارغ‌التحصیل شدنم. با او یک کتاب نوشتم، و در ۲۰۰۳ به اینوسایت، شرکت خدمات حرفه‌ای،^۳ و نه در ۲۰۰۰ تأسیس کرده بود، ملحق شدم.

۱. در آن سال دو بخش دانشجویی هشتاد نفره مشهور به «بی‌اس‌اس‌ای» در اسکند وجود داشت که کریستنسن به هر دو درس می‌داد. در سال تحصیلی ۲۰۰۹-۲۰۱۰ هفت بخش دانشجویی صد نفره با یک گروه چهار نفره متشکل از کریستنسن و سه استاد سابق شناخته شده در این دوره وجود داشت؛ به بیان دیگر، بیش از ۷۵ درصد از ۸۸۰ دانشجویی که کلاس اچ‌بی‌اس سال ۲۰۱۰ را تشکیل می‌داد. در زمینه‌ی نوآوری می‌توان مرا یکی از افرادی نامید که پیش از دیگران جذب این موضوع شدم.

۲. آن گروه قهرمان ان‌سی‌ای‌ای در ۲۰۰۰-۲۰۰۱ شد. پسر کریستنسن، «مت»، در بازی‌ها با میانگین ۸/۴ دقیقه، ۲/۶ امتیاز و ۱/۳ امتیاز هم در زمینه‌ی پرتاب توپ به دست آورد. مت بعدها قبل از آن که خودش وارد اچ‌بی‌اس شود چند سال با ما در اینوسایت کار کرد و شرکتی به نام «مشاوران رزپارک» را براساس تحقیقات مدرش تشکیل داد.

تحقیقات کریستنسن از نظر من فوق‌العاده بود. قبلاً اعتقاد من، و بدون شک اعتقاد بسیاری از خوانندگان، این بود که نوآوری و رشد برای همه اتفاق نمی‌افتد؛ ولی او کسی بود که با استفاده از موارد مطالعاتی گسترده و تحقیقات آکادمیک این دیدگاه را نقض کرد. کریستنسن نشان داد الگویی وجود دارد که موفقیت و شکست را در زندگی تعیین می‌کند. هدف او از این تحقیقات این بود که نشان دهد مردم می‌توانند با مطالعه و به‌کارگیری این الگوها توانایی موفقیتشان را با استفاده از واکنش افزایش دهند. به زودی متوجه شدم کریستنسن یکی از اعضای گروه کوچکی از محققان و استادانی بود که به تحقیقاتی در زمینه‌ی تبدیل نوآوری به اصولی قابل پیش‌بینی ملحق شده بود (درباره‌ی اعضای این گروه در فصل دوم توضیح داده شده است).

نظریه‌ی تبدیل نوآوری به مسئله‌ای قابل پیش‌بینی فوراً مرا به فکر فرو برد. راستش را بخواهید، دقیقاً از علت آن، مطمئن نبودم؛ ولی کمی بعد توانستم علت را مشخص کنم. این موضوع به این حست من به فکر انداخته بود که باید معضلی را که در ۱۹۹۵ در زمینه‌ی نوآوری با آن رو به رو شدم، به نحوی اصولی درک می‌کردم.

اولین تجارب نوآوری در زندگی من

اکنون ده سال است که منحصراً بر موضوع نوآوری تمرکز کرده‌ام. در این مدت، من یک محقق، نویسنده، مشاور استراتژیک در شرکت‌های کوچک و بزرگ، کارآفرین مشاغل در امریکا و آسیا، و سرمایه‌گذار در شرکت‌های نوپا بوده‌ام. تجارب نوآوری در زندگی من به قبل از این تجارب برمی‌گردد. در واقع نوآوری در تمام زندگی من وجود داشته است. متوجه شده بودم که پدر بزرگم، که در فصل اول با او بیشتر آشنا خواهید شد، الگوی قدرتمندی در زمینه‌ی نوآوری و کسب و کار در دهه‌ی ۱۹۶۰ بوده است. مادرم در دهه‌ی ۱۹۸۰ شبکه‌ای به نام «ریلی نت» را راه‌اندازی کرد که پیش‌درآمدی بر اینترنت بود. سرانجام در این دنیای مدرن استیو کیس، مؤسس آن‌لاین امریکا، ریلی نت را به قیمت بیلیون‌ها دلار به تایم‌وارنر فروخت (متأسفانه در

همین دنیا مادرم حق مالکیت را در مقابل هیچ به شرکت دیگری واگذار کرد). مادرم همچنین ایده‌ی نوشتن کتابی به نام بلند شو و حرکت کن را در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ ارائه کرد که الهام‌بخش مجموعه‌ای کتاب در زمینه‌ی دستورالعمل‌هایی ساده و گام به گام درباره‌ی نحوه‌ی استفاده از کامپیوتر بود. ناشران معتقد بودند این کتاب به فروش نخواهد رفت؛ ولی بعدها ده‌ها میلیون جلد از کتاب «برای خنگ‌ها» به فروش رسید... شب‌خانه، از لحاظ تعادل روانشناسی خانواده، مادرم جایی را برای وقف انرژی و علاقه‌اش پیدا کرد - ایجاد خط لابرادورهای قهرمان.

مادرم در دوران رشد من جزو اولین کسانی بودند که از فناوری‌های جدید استفاده می‌کردند.



نویسنده در ۱۹۹۵، در مرخصی از کار، در نورسوت

به خاطر دارم که با آتاری ۲۶۰۰ «استار ریدرز»، با کومور «یکروایگ بیسبال»، با آپل ۲ «یکی‌یکی: لری برد در مقابل دکتر جی»، و در بین تپ و «کنو بول» بازی می‌کردم. در دوران نوجوانی در شبکه‌ی «ریلی نت» فعالیت می‌کردم و

۱. وقت آن رسیده که کمی دانش عامه درباره‌ی خانواده‌ی آنتونی کسب کنید. اولین چیزی که با پول درآمد خودم خریدم نین‌تندو بود (نه با پول توجیبی). و منبع درآمدم چه بود؟ چمن‌زنی. اولین کار چمن‌زنی را در دوازده‌سالگی به لطف کتاب راهنمای مدرسه پیدا کردم که به ترتیب القبا نوشته شده بود. یک نفر به من تلفن زد و از من خواست چمن‌های خانه‌ی او را بزنم. من هم از والدینم اجازه گرفتم چمن‌های او را بزنم. آن‌ها گفتند البته که می‌توانی. و ابزار اصلی این کار یعنی ماشین چمن‌زنی را برایم تهیه کردند. من همچنان به شغف دارم. کار ادامه دارم. چند هفته بعد تمام ما به آن می‌پردازیم!

حتی برای افراد فقیر تقاضانامه^۱ می‌نوشتیم که بابت هر کدام ۲۵ دلار می‌پرداختند. سال‌های تحصیل در کالج که به سرعت در حال سپری شدن بود، زمینه را برای معضل نوآوری در زندگی‌ام فراهم کرد. روزها دانشجوی رشته‌ی اقتصاد بودم و درس‌هایم را بسیار جدی می‌گرفتم. و شب‌ها در دارموت فعالیت می‌کردم - روزنامه‌ی کالج دارموت که پنج روز در هفته به چاپ می‌رسید. من تصادفاً خبرنگار شده بودم. راستش را بخواهید به دلیل عهدی که با خودم بسته بودم وارد فعالیت‌های روزنامه‌ی دارموت شدم که وارد کالج دارموت شدم با خودم عهد بستم فعالیت‌ی جدی و فوق‌برنامه پیدا کنم. هر چه که از ورود به دارموت خوشحال بودم، چون هاروارد و استنفورد^۲ مرا برای تحصیل در روزی، فوق‌لیسانس رد کرده بودند. و دلیل رد کردنم هم کاملاً روشن بود، چون اکثر فعالیت‌هایم خارج از مدرسه‌ی من در دبیرستان خدمت به عنوان یکی از اعضای بنیان‌گذار باشگاه طنزداران جوانان جان مادن^۳ بود.

در پاییز ۱۹۹۲ در دفتر روزنامه‌ی راینسسون هال پرسه می‌زدم که بلافاصله عاشق این حرفه شدم. چند سال بعد وقتی برای کار در قسمت مشاوره‌ی هدیریت رفتم متوجه شدم خبرنگاری شباهت زیادی به حرفه‌ی مشاوره ندارد. شما در این کار مشکلی دارید که باید آن را در مدتی نسبتاً کوتاه حل کنید. تا جایی که می‌توانید

۱. این تقاضانامه در آن زمان به «در بی بی اس» مشهور بود. مردمان آن می‌توانستند در برنامه‌های شرط‌بندی «ان اف ال» شرکت کنند و بر سر نتایج صحیح بازی‌های هفته‌ی رقابت کنند. اگر درست به خاطر داشته باشم، نسخه‌ی رایگان آن کاملاً اتفاقی بود. شما با نسخه‌ی آبیون آن می‌توانستید وارد برنامه‌ی واقعی شوید. درست به خاطر ندارم که آیا چک آن تقاضانامه را نقد کردیم یا نه.

۲. در استنفورد امتیاز کافی کسب نکردم و موفق به ورود در دانشکده‌ی بازرگانی یا مدیریتی نشدم (این دانشگاه مدعی بود که مشاوران را نمی‌پذیرد). امروز به این نتیجه رسیده‌ام که دانشکده‌های کسب و کار هاروارد و استنفورد غیرمستقیم تبانی کرده‌اند تا درصد دانشجویانی را که پذیرش می‌گیرند بالا نگه دارند و این کار را هاروارد از طریق پذیرش همه‌ی دانشجویانی که عدد کارت ملی‌شان زوج است انجام می‌دهد. من حتی به فرود آمدن انسان در کره‌ی ماه هم مشکوکم. این را جدی می‌گویم.

۳. متأسفانه این یک شوخی نیست. جالب توجه کسانی که طرفدار فوتبال آمریکایی نیستند این که مادن مربی «مهاجمان اوکلند» در دهه‌ی ۱۹۷۰ و از ۱۹۷۹-۲۰۰۸ یکی از مجریان شناخته‌شده‌ی تلویزیون بود. او همچنین اجازه‌ی رسمی داده بود تا خط مشهور «بازی‌های ویدئویی هنرهای الکترونیکی» را به

نام او نام‌گذاری کنند.

اطلاعات جمع می‌کنید، آن‌ها را با هم ترکیب می‌کنید، و بعد در قالبی قابل فهم ارائه می‌کنید. تمام وقت آزادم را صرف روزنامه کردم، و در نهایت به سمت مدیرعاملی ارتقا پیدا کردم و ریاست قسمت سردبیری روزنامه را برعهده گرفتم.

دوران دانشکده‌ی من با انقلاب فناوری مصادف شد. نت‌اسکپ در ۹ اگوست ۱۹۹۵ عمومی شد، رویدادی که آغاز اقتصاد اینترنتی را رقم زد. دارموت دانشگاهی بسیار مجهز بود - حتی در آن زمان همه‌ی دانشجویان باید کامپیوتر داشتند و کل ارتباطات دانشگاه از طریق برنامه‌ی ای‌میل ساده و فراگیری به نام «بلیترمیل» انجام می‌شد. ر آن‌جا که من کمی فعال‌تر بودم (در کلاس‌های تفریحی طراحی وب سایت شرکت کرده و وب‌سایتی برای دنبال کردن تیم بیس‌بال مورد علاقه‌ام طراحی کرده بودم)، رئیس روزنامه (و دوست قدیمی‌ام، جاستین اشتین‌من) از من خواست راهکاری برای عیال اینترنتی پیدا کنم.

هر وقت به سال ۱۹۹۵، در مة‌الهای که راهکار من درآوردی من در آن توضیح داده شده برمی‌گردم ناراحت می‌شوم. این مقاله با توصیف این که چرا باید یکی از آخرین روزنامه‌های لیگ آیوی بسیم که از اینترنت استفاده کرده‌ایم آغاز می‌شد. این خط را به خوبی به خاطر دارم: «ما یک مدل نسبتاً کمی داریم و این موضوع در صدر اولویت‌های ما قرار نداشته است.» جاستین مقاله را به پایان رسانده و نوشته بود که دلیل به‌روز کردن هفتگی وب‌سایت این بود: «(دی) درآمد قابل توجهی را از آبونه‌های خود به دست می‌آورد.»

منظور جاستین چه بود؟ شاید به‌روز کردن‌های متعدد قانون دیگری کاری ما را به خطر می‌انداخت. در واقع در حدود دوسوم از درآمد ۲۵۰ هزاردلاری ما در سال از آبونمان بود. وقتی برای اولین بار اینترنت را دیدیم اولین احساس ما ترس بود. از این می‌ترسیدیم که اگر نظراتمان را به رایگان با مردم در میان بگذاریم چه خواهد شد و نمی‌دانستیم از کجا باید کسب درآمد کنیم. همین ترس باعث شد کندتر حرکت کنیم. البته بر این ترس غلبه کردیم. به هر حال، ما بچه‌های کالج بودیم و نباید

برای برآوردن انتظارات تحلیل گرایان یا دفاع از برنامه‌های ده‌ساله‌ی خود در مقابل اعضای هیئت‌مدیره احساس نگرانی می‌کردیم. پس در نهایت چه تصمیمی باید می‌گرفتیم؟ آیا به آن به عنوان فرصتی برای شکستن قید و بندهای انزوای روستایی هانور، نیوهمپشایر نگاه کردیم؟ آیا گفتیم: «خوب است. این فرصتی است برای بازسازی و تلاش برای انجام دادن کاری متفاوت؟» متأسفانه، نه.

من در ۱۹۹۵ گفتم: «افرادی خواهند بود که وارد شبکه شوند و صفحه‌ی ما بینند و بگویند چقدر دلم می‌خواهد آبونه‌ی «دی» شوم.»

به جای تلاش برای انجام دادن کاری جدید و متفاوت، سعی کردیم فناوری جدید را به روش‌های قدیمی کارمان کنیم. تیم من در دارموت و من این فرصت را داشتیم که با استفاده از اینترنت کارمان را دوباره بسازیم، ولی این فرصت را کاملاً از دست دادیم. فرصت ده‌دستمان بود و ما آن را ندیدیم.

بهای نوآوری ساختگی

در طول ده سال اخیر متوجه شده‌ام که ما اعضای یک باشگاه بزرگ بوده‌ایم - می‌توانید آن را دنباله‌روهای نوآوری بنامید. این باشگاه از افکار تشکیلی شده است که فرصت نوآوری موفقیت‌آمیز، ارائه‌ی پیشنهادها، و «بیجان‌انگیز و الگوهای کاری جدید را، که می‌توانند همه جا طنین‌انداز شوند» ایجاد کسب و کارهای پرسود کنند، داشته‌اند، ولی شکست خورده‌اند. ما درم یکی از اعضای این باشگاه است. تحقیقات کریستنسن نشان می‌دهد که چطور مدیران شرکت‌هایی که موفق بوده‌اند، مانند شرکت تجهیزات دیجیتال، سیرز، روباک و همکاران، سونی، بلاک‌باستر، و جنرال موتورز، همه اعضای این باشگاه محسوب می‌شوند. افرادی که سعی کرده‌اند تغییراتی را ایجاد کنند که می‌دانند در زندگی‌های شخصی‌شان ضروری بوده است هم اعضای این باشگاه هستند.

همه‌ی ما آرزو داریم عضو باشگاه دیگری به نام «استادان نوآوری» باشیم. ظاهراً عده‌ی اندکی یا از طریق شانس یا از طریق استعدادشان در نوآوری به مقام

استادی رسیده‌اند. نوآور اسطوره‌ای دوران ما بدون شک استیو جابز، رئیس شرکت آبل، است. من هرگز جابز را ندیده‌ام، به همین دلیل هم نمی‌توانم بگویم نظر خاصی به او دارم؛ ولی همه می‌دانند که او نابغه‌ای خلاق است که چیزهایی را می‌بیند که دیگران نمی‌بینند، و فقط از طریق قدرت اراده از همه‌ی امکاناتش برای تحقق اهدافش استفاده می‌کند. اگر یگانه امید افرادی که سودای نوآوری در سر دارند این باشد که از نبوغ جابز برخوردار باشند، پس محکوم به شکست هستند. از این طریق هرگز نمی‌توانید از طناب مخملی در ورودی این باشگاه عبور کنید.

این طناب در حکم مایه‌ی دردسر دنیای اقتصاد عمل می‌کند. کارآفرینان احساس می‌کنند برای این که امید به موفقیت را در سرمایه‌داران ایجاد کنند باید بخشی نظمی از شکستشان را فدا کنند. شرکت‌ها بیلیون‌ها دلار را صرف تبلیغات برای نویداتی می‌کنند که مشتری ندارد. شرکت‌های در حال رشد با سلام و صلوات بر ما ملک جهان می‌افزایند، در حالی که تحقیقات نشان می‌دهد مال‌اندوزی‌های افراطی به طول متناهی از ارزش شرکت می‌کاهد.

شرکت‌های بزرگ توانایی انجام دادن کارهای حیرت‌انگیزی را دارند و اغلب این کارها را انجام می‌دهند؛ ولی این شرکت‌ها معمولاً به عمق موضوع توجه نمی‌کنند. استعداد کارمندانشان، فناوری آزمایشگاه‌هایشان، و قابلیت‌های جهانی‌شان درگیر قید و بندهایی متشکل از ترس و سوءتفاهم است که باعث عقب‌ماندگی آن‌ها می‌شود. بسیاری از مشاغل و حرفه‌های عالی، ولی ایجاد نشده که می‌توانند بازارها را بازسازی و ارزش قابل توجهی ایجاد کنند فقط در اسناد پاور رینت وجود دارند و هرگز راه‌اندازی نمی‌شوند. و البته افرادی که می‌خواهند تغییر کنند - و می‌دانند که باید تغییر کنند - ولی نمی‌توانند، هزینه‌ی هنگفتی را از لحاظ روانی می‌پردازند.

نقشه‌ی راه کتابچه‌ی سیاه نوآوری

برای این که در امر نوآوری فردی موفق محسوب شوید حتماً نباید استیو جابز باشید. سال‌ها کار با شرکت‌ها، کارآفرینان و رهبران دولتی باعث ایجاد این اعتقاد

راسخ در من شده است که انرژی عظیم نوآوری در همه‌ی افراد و همه‌ی شرکت‌ها وجود دارد؛ ولی فقط عده‌ی اندکی از پتانسیل کامل خود استفاده می‌کنند؛ در حالی که نوآوری در دسترس عده‌ی بیشتری قرار دارد.

خبر خوب این که، به قول برنامه‌ی پرطرفدار تلویزیونی «پرونده‌های مجهول»، حقیقت در همین نزدیکی است. این حقیقت در نوشته‌های محققان تحصیل کرده‌ای است که از رمز و راز نوآوری پرده برداشته‌اند؛ این حقیقت در یافته‌های دانش‌پژوهان پیشتازی است که این مشاهدات نظری را انتخاب کرده و روی آن کار کرده‌اند و روشن کرده‌اند در عرصه‌ی مشاغل امروزی چه اتفاقی رخ می‌دهد.

بخش عمده‌ای از این یافته‌ها در دسترس افراد غیرحرفه‌ای قرار ندارد. این یافته‌ها در کتاب‌های تصور و سوار، یا از آن بدتر در مغز افراد زندانی شده‌اند. کتابچه‌ی سیاه نوآوری با فراهم آوردن ابزار لازم و بخشیدن اعتماد به نفس لازم به شما برای این که بتوانید از طریقی مطمئن‌تر رؤیاهایتان را به واقعیت تبدیل کنید، به این موضوع پرداخته است.

من این کتاب را به دو بخش اصلی تقسیم کرده‌ام. بخش اول، اساس کتاب را تشکیل می‌دهد. فصل اول به توضیح درباره‌ی ضرورت نوآوری پرداخته است. این که نوآوری چیست، و چرا همه‌ی ما باید و می‌توانیم از طریق نوآوری در زندگی پیشرفت کنیم. در بخش دوم، دوازده استاد نوآوری را معرفی کرده است که همه باید روش‌ها و ابزار آن‌ها را برای خلاق بودن به کار گیرند. فصل‌های سوم و چهارم به روح و عصاره‌ی این ابزار پرداخته و از طریق آن‌ها چهار ذهنیت ایجادکننده‌ی خلاقیت و هفت خطایی را که باید از آن اجتناب کنید به شما ارائه کرده است.

بخش دوم برنامه‌ی ۲۸ روزه‌ی نوآوری را به شما معرفی کرده است. شما می‌توانید با استفاده از روش‌های عملی این برنامه به متداول‌ترین سؤالاتی که برای افرادی که می‌خواهند خلاق باشند ایجاد می‌شود پاسخ دهید. این برنامه در چهار هفته اجرا می‌شود:

- هفته‌ی اول: کشف فرصت‌ها
- هفته‌ی دوم: طرح اولیه‌ی ایده‌ها
- هفته‌ی سوم: ارزیابی و آزمایش ایده‌ها
- هفته‌ی چهارم: حرکت به سمت جلو

البته شما می‌توانید این برنامه را به ترتیبی که من گفتم اجرا نکنید - انجام دادن برنامه در هر یک از روزها کاملاً به شما و زندگی‌تان بستگی دارد، در پایان کتاب جدول آمده است که خلاصه‌ی برنامه را در بر می‌گیرد.

این کتاب نه جامع است و نه سعی دارد موضوع نوآوری را در چهارچوبی مشخص محدود کند. هدف کتاب این است که شما را ترغیب به شروع کار کند، باعث شود نوآوری دست‌افتنی‌تر به نظر برسد، و شما را به سمت جاهایی راهنمایی کند که بیشتر یاد بگیرید.

اگر قبلاً به فرصتی برای ایجاد نوآوری در زندگی‌تان برخورد کرده باشید، می‌توانید از این کتاب حداکثر بهره را ببرید. این فرصت می‌تواند پروژه‌ای باشد که در محیط کار آغاز کرده‌اید، یا مشکلی که حساسیت‌آزتان می‌دهد. این مشکل می‌تواند بزرگ یا کوچک، و در خانه یا محل کار باشد. موضوعی را انتخاب کنید که بتوانید در خصوص آن از دیگران الهام بگیرید. مثال طم، که در فصل اول هم اشاره شده، نیاز به بهتر شدن از طریق نوآوری، ضروری در دنیای امروز محسوب می‌شود که به سرعت در حال تغییر است.