چند اصل كلان درباره ايده‌بان

30 ارديبهشت 1395

1. مي‌خواهيم سازمان ما بدون عيب و نقص باشد، تا مشتريان رضايتمندي داشته باشيم.
2. سازمان ما پر از عيب و نقص‌هايي‌ست كه تا كنون متوجه آن‌ها نبوده‌ايم.
3. مشتريان بهتر از ما مي‌توانند عيوب ما را نشان‌مان دهند.
4. آن‌ها براي نشان دادن عيوب ما مي‌توانند انتقادات و پيشنهادات‌شان را ارائه كنند.
5. معمولاً بيان انتقادات هزينه دارد؛ پر كردن فرم، انتظار تا ملاقات با يك مدير، يافتن شماره تلفن و…
6. بسياري از مشتريان حاضر به پرداخت هزينه‌هاي انتقاد نيستند، مگر اين‌كه عيب به حدّ غيرقابل تحمّلي برسد.
7. وقتي عيب به حدّ غيرقابل تحمّل برسد، درست كردن آن هزينه بيشتري دارد.
8. هر چه زودتر متوجه عيوب شويم، هزينه اصلاح كمتر است.
9. هر چه زودتر متوجه عيوب شويم، نارضايتي‌هاي كمتري ايجاد كرده‌ايم.
10. پس ما دنبال روشي هستيم كه:
	1. هزينه انتقاد و پيشنهاد و ارائه ايده را پايين بياورد.
	2. اميد مشتريان به توجه و اقدام و عمل سازمان نسبت به ايده‌شان را بيشتر كند.
	3. تضمين نمايد اولويت ايده‌ها مراعات خواهد شد.
	4. در مشتريان و عناصر سازمان جرأت كافي براي ابراز عقيده ايجاد نمايد.
11. تجميع ايده‌ها يك اتفاق جديد نيست، در گذشته در قالب صندوق انتقادات و پيشنهادات وجود داشت.
12. انتقادات براي عارضه‌يابي سازمان بوده و پيشنهادات براي ارائه ايده‌هاي جديد.
13. ايجاد كردن يك تشكيلات جديد براي جمع‌آوري ايده‌ها، هزينه اضافي براي سازمان دارد.
14. وظيفه قهري هر واحدي از سازمان جمع‌آوري ايده‌هايي براي بهينه‌سازي كار خود است.
15. اين‌كه بخش‌هاي سازمان به ايده‌ها اهميت نمي‌دهند يك مشكل سازماني‌ست.
16. واحدها براي حفظ وضع موجود و به دليل كم‌تحرّكي، تلاش در سركوب ايده‌ها دارند.
17. هدف اصلي اين است كه راهي بيابيم تا بخش‌هاي سازمان به وظيفه خود عمل نمايند.
18. با توجه به اين‌كه اصلاح سازمان زمان‌بر است، بايد در برنامه‌هاي درازمدّت ديده شود.
19. نياز به برنامه‌هاي كوتاه‌مدّت «دور زدن» ساختار سازمان داريم.
20. دور زدن ساختار سازمان، ايجاد روشي ميان‌بر است تا ديدگاه مشتريان را به گوش مديران برساند.
21. صندوق پيشنهادات و انتقاداتي كه كليد آن فقط دست مدير است، همين نقش دور زدن را در گذشته داشته.
22. دور زدن بدنه سازمان ايجاد بي‌اعتمادي و بدبيني در پرسنل مي‌نمايد.
23. پرسنل نسبت به بخشي از سازمان كه دنبال ايده و عارضه باشد حسّ «حراست» دارند و همكاري نمي‌كنند.
24. وقتي مردم را به ارائه ايده دعوت مي‌كنيم، آن‌ها را تشويق مي‌كنيم تا نيمه خالي ليوان را بنگرند.
25. سازمان بخش مثبت و منفي دارد، فراخوان ايده، اقرار به بحراني بودن وضعيت و بيشتر بودن بخش منفي‌ست.
26. دعوت به ارائه ايده براي زماني مناسب است كه بحران اعتماد براي سازمان حاصل شده، بخواهيم به مردم اعتماد دهيم مبني بر اين‌كه تغييراتي مثبت در شُرف وقوع است.
27. مردم هم معمولاً اين فراخوان‌ها را شعارگونه مي‌پندارند و اعتماد نمي‌كنند، مگر چند اتفاق مثبت بيافتد تا يقين كنند اين بار فرق مي‌كند و سازمان به ايده‌هاشان اهميت مي‌دهد.
28. قرار نيست همه ايده‌ها را خود ما اجرا كنيم، مي‌خواهيم تا مي‌شود به خيّرين واگذاريم.
29. فراخوان ايده «توقع» ايجاد مي‌كند در مشتريان و اگر ايده به زودي محقق نشود نارضايتي مي‌آورد.
30. براي ما «ايده» اصالت ندارد، اقدام و عمل، پيشرفت و ارتقاء اصالت دارد. ايده وسيله است.
31. به جاي «بولد و بزرگ» كردن ايده، گزارش كار خيّرين را بزرگ مي‌نماييم.
32. يك مجله ويژه، يك ستون از روزنامه، يك بروشور هفتگي، يك سرويس پيامكي و… صرفاً براي گزارش كارهاي انجام شده به صورت خيريّه.
33. در ذيل گزارش كارهاي انجام شده، دو دعوت صورت مي‌گيرد:
	1. دعوت به مشاركت در امور خير به صورت بخشي
	2. دعوت به ارائه ايده براي مشاهده توسط خيّرين
34. آنان‌كه نمي‌توانند يك كار خير درسته انجام دهند، در يكي از ايده‌هاي ما شريك شوند.
35. مثلاً دو هزار تومان مي‌دهد، انتخاب نمايد براي كف‌سازي فلان صحن حرم خرج شود.
36. در اموري كه سازمان رأساً متولّي آن نيست و بودجه بيروني مي‌خواهد، تضمين بازگشت مبلغ لازم است، به نحوي كه اگر تا فلان تاريخ فلان مبلغ مورد نياز براي كف‌سازي فلان صحن تأمين نشد، تمامي مبالغ به افراد باز خواهد گشت.
37. آنان‌كه نمي‌خواهند در كار خير مالي شركت كنند، در امر خير معنوي حاضر باشند، با ارائه ايده.
38. ذيل گزارش خيّرين درخواست مي‌شود كه اگر ايده بدهيد، در همين ستون چاپ مي‌كنيم تا خيّرين پيدا شوند و آن را تأمين كنند.
39. ايده‌ها به صورت فهرست‌وار هم در بولتن ويژه، هم در مجله خيّرين، هم در ستون روزنامه منتشر مي‌گردند.
40. هر مشتري مي‌تواند رأساً تمام هزينه آن ايده را بدهد تا عملي شود.
41. هر مشتري مي‌تواند بخشي از هزينه ايده را بدهد و باقي اگر تأمين نشد، مبلغ باز خواهد گشت.
42. گزارش ميزان تأمين بودجه ايده به اطلاع همگان خواهد رسيد.
43. خيّرين در اين صورت يك بولتن يا مجله ويژه خواهند داشت.
44. به اين ترتيب ما ابتدا به نيمه پر ليوان نگريسته‌ايم، بخش‌هاي مثبت سازمان، كارهاي انجام شده.
45. پرسنل را راضي نگهداشته‌ايم كه گمان نكنند قصد تضعيف جايگاه آن‌ها در سازمان را داريم.
46. با ارائه گزارش كارهاي خير، به مردم ياد مي‌دهيم چطور مي‌توانند كار خير توليد كنند.
47. خيّرين را با ارائه گزارش كارشان، تشويق كرده‌ايم.
48. خيّرين آن بولتن، مجله يا روزنامه را يادگاري نگهداري كرده، سبب تشويق ديگران مي‌شوند.
49. در مشتري توقّع ايجاد نمي‌شود، زيرا از ابتدا مشخص است كه ايده را بايد خيّر انتخاب كند و سازمان متعهد به عملياتي كردن ايده نشده است.
50. پس شيوه‌اي پيدا كرديم كه با تأكيد بر گزارش كار خيّرين، هم عارضه‌ها را جمع كنيم و هم ايده‌ها را، يعني انتقادات و پيشنهادات. در نهايت هم فراموش نمي‌كنيم اين تشكّل جديد يك امر موقت است و بايد ساختار سازمان را به گونه‌اي اصلاح نماييم تا ايده‌هاي هر بخش در همان بخش جمع شده و عملياتي گردند، به نحوي كه پرسنل، مشتاقانه به جستجوي ايده بروند و از انتقادات و پيشنهادات مشتريان استقبال نمايند، چرا كه مي‌دانند بالابردن راندمان كاري و افزايش بهره‌وري و ارائه نوآوري سبب افزايش منفعت‌شان در سازمان مي‌گردد.