

Sokkal produktívabban fogunk dolgozni



A koronavírus-járvány hatással lesz nem csak a munkavégzésre, de az életünket meghatározó egyéb folyamatokra is.

Rohit Bhargava 45 éves amerikai író a világban zajló „nem nyilvánvaló” trendeket figyeli. Az innovációs és marketingszakértő nem a jövőt jelzi előre, csak – saját bevallása szerint – a felgyorsult jelent érzékeli. A férfi 15 éven át dolgozott a hirdetési piacon, többek között az Ogilvy és a Leo Burnett ügynökségek márkastratégája is volt. Napjainkban vezető vállalatokat segít a tanácsaival és a Georgetown Egyetemen tanít. A kutató összesen hat könyvet írt, amelyek közül kiemelkedik a 2011-ben megjelent *Nem nyilvánvaló megatrendek* című mű. A kötetben Bhargava leírta a módszerét, amelynek a segítségével öt szakaszban azonosíthatók és használhatók a trendek.

„Ahhoz, hogy valaki meglássa a trendeket mindekelőtt érdeklődő megfigyelőnek kell lennie. A technológia csak nagyon ritkán tényező ezekben. Sokszor elhangzik, hogy a drónok vagy a mesterséges intelligencia ilyen fejlesztések, holott azok csupán technológiák. Számomra a robotrepülőgépek mögötti trend a csomagok minél gyorsabb kiszállítása. Ehhez azonban más technológiákra, például az olcsó gyártásra, a 3D-nyomtatásra is szükség van. Aki meg akarja érteni, hogy miért gyakorolnak hatást a pilóta nélküli légi járművek a gazdaságra és a kultúra, annak nem kell tudnia azt, hogy miként kell egy drónt programozni, de a műszaki korlátokat nem hagyhatja figyelmen kívül.”

„A nem nyilvánvaló trendeket úgy szoktam felfedezni, hogy megvizsgálom a különböző ágazatokat azért, hogy miként változnak és milyen ötletek vannak mögöttük. A vezetőknek azt ajánlom, hogy olvassanak olyan magazinokat, amelyeknek nincs köztük az üzletükhöz. Én például a *Teen Vogue* újságot és mezőgazdasági, illetve mobiltechnikával foglalkozó folyóiratokat olvasom, mert ki akarok törni a komfortzónámból. Ezek hagyományos, nem pedig internetes kiadványok. Ennek oka, hogy a nyomtatott újságokban nem az érdeklődési körömet feltérképezni akaró algoritmusok és személyre szabott tartalmak fogadnak, s az anyagok sem függenek attól, hogy ki vagyok és hogy mit néztem meg korábban” – jelentette ki Rohit Bhargava.

Rengeteg jegyzetömböt használ, mert azok arra kényszerítik, hogy nagyon hatékonyan írja le az ötleteit, hiszen egy cetlin csak bizonyos számú szó fér el. Ez nagy segítséget jelent gondolatai rendezésében.



„Az idén számos korábban ismert trend erősödik majd fel. Egyre gyorsabban tanulunk és megszokjuk a távolságból való tanulást. Ezt biztos korábban is megtették sokan, de mégsem volt ennyire elterjedt. Ez a trend még azután sem tűnik majd el, hogy már mindenki be lesz oltva és a koronavírus nem fog problémát jelenteni. Ennek az lesz az oka, hogy az embereknek kevésbé lesz türelmük egy szemináriumon vagy egy osztályban jelen lenni. Szintén kiemelendő, hogy a nagy cégektől, például az Apple vezetőitől ne várjunk trendeket. Amióta

nincs Steve Jobs, a társaság sokat veszített a kreatív jövőképéből. Most már csak egy okos és gyorsan reagáló piaci szereplő, amely ugyan jó üzleteket köt, de a készülékei annyiba kerülnek, mint a luxusermékek és ráadásul gyorsan elromlanak. Ellenben a Lenovo számítógémem vagy a Samsung telefonom évek óta kifogástalanul működik. Az Apple túl sokáig összpontosított arra, hogy a dolgok jól nézzenek ki és más szempontokat elhanyagolt” – vélte az innovációs és marketing-szakértő.

Mégsem ezt tartja legfontosabbnak, hanem az un. „Flux Commerce” jelenséget, amelynek lényege, hogy két teljesen eltérő koncepció találkozik: például bankok nyitnak kávézókat vagy a Taco Bell szállodát üzemeltet. Ehhez jönnek még a megváltozott fizetési szokások és a közösségi gazdaság. A fiatalok már nem akarnak autót vásárolni, ingatlanokkal rendelkezni, s ugyanez igaz a szoftverekre is: korábban megvették azokat, most már előfizetnek rájuk.

Ezek a folyamatok annak köszönhetőek, hogy a technológia gyorsan változik és a vállalatok félnek attól, hogy lemaradnak a következő nagy dobásról. A koronavírus-járvány ráadásul megmutatta az embereknek és a cégeknek, hogy másképpen és produktívabban is dolgozhatnak. Bhargava szerint amint mindenki be lesz oltva, vissza fogunk térni az irodáinkba, mert a többség nem szeret otthon ülni. Eleinte még jó volt, kényelmes, de nagyszerű

lesz újra a munkatársainknál közösen ebédelni, beszélgetni vagy dolgozni. Ez lesz az első reakció, de utána mindenki rádöbben majd, hogy a napi több órás ingázás viszont egyáltalán nem hiányzott és ki fog alakulni az, hogy hetente mindenki csupán 2 vagy 3 napig lesz az irodájában és a többi napot otthon. A munkaadók pedig nem tiltakoznak majd ellene.

Úgy véli, meg fog változni a munkahét. A munkahelyen eltöltött 2–3 napban sor kerül majd az összes megbeszélésre, míg otthon nem lesznek Zoom-konferenciák. Jóslata szerint sokkal produktívabbak leszünk; egyre több tanulmány mutatja azt, hogy a dolgozók annál produktívabbak, minél inkább ők oszthatják be az idejüket. „A koronavírus-járvány egy tragédia, de számos dolgot alaposan megváltoztat. Az apukák 70 százaléka például azt nyilatkozta, hogy sokkal szorosabb lett a kapcsolata a gyerekeivel, mert többet tudnak otthon lenni. Ez fantasztikus. Nálam is így van, bár én mindig otthonról dolgoztam, de a gyerekeim nem mennek iskolába és így közösen tudunk ebédelni. A rendkívül sok rossz dolog mellett ezekről a pozitívumokról sem szabad elfeledkeznünk és azokat is meg kell tanulnunk becsülni.”

Forrás: <https://sg.hu/cikkek/it-tech/143996/sokkal-produktivabban-fogunk-dolgozni>

Válogatta: Berke Barnabásné