

קונפורמיזם בחברה – פצצת זמן מתקתקת

ישיבת השיווק והמכירות של סוף השבוע במחלבת "הגליל הצוחק" עמדה להסתיים. בעל החברה פנה אל כל עובדיו ושאל אותם אם יש דבר שברצונם להוסיף. שתיקה ארוכה השתררה בחלל חדר הישיבות. יותר מדי זמן ישבו כל עובדי החברה בחדר הקטן והמחניק, והאוויר כבר היה דחוס וחם. מיזוג האוויר לא פעל כראוי, ורק זמזום טורדני של זבוב שחמק בדרך זו או אחרת לישיבה לא לו נשמע בבירור אותה שעה. על-כן לא השיב איש לשאלה זו, והישיבה כמעט ונסתיימה; אבל אז פנה ראובן, איש מכירות מתחיל בחברה, ואמר דבר-מה על המתחרים ועל כך שלדעתו אין התייחסות רצינית לסכנה שבפעילות אותה חברה מתחרה.

העובדים בחברה כעסו: תחת שתסתיים נפתחה הישיבה מחדש, ובעל החברה שאל אותו לכוונתו ברצינות גמורה.

ראובן ניסה לפרט את דעתו, אבל אז השתיק אותו מנהל השיווק – עובד ותיק בחברה – ואמר כי הנושא נבדק היטב. "בודאי", הוא הוסיף, "הייתה התייחסות לפעילות החברה המתחרה, ואין ספק כי הקמפיין הנוכחי של מחלבת 'הגליל הצוחק' והחשיפה לכמה מוצרים חדשים ייתנו תשובה הגונה ורצינית לעניין כולו". בעל החברה הביט בפניו של ראובן, ואחר בפניו של מנהל השיווק. הוא לא היה שבע רצון מהתשובה שקיבל, אבל סמך משום-מה על מנהל השיווק.

נותרו עוד יומיים לקמפיין "גבינות הגליל הצוחק". בעיתונים הגדולים במדינה הופיעה כתבה אשר פורסמה על-ידי החברה המתחרה. הכתבה דיווחה על מחקר חדשני, שעסק בסכנות שבצריכת אותו מוצר, שעתידי היה להיות משווק על-ידי מחלבת "הגליל הצוחק". מחלבת "הגליל הצוחק" נאלצה לדחות את הקמפיין כולו, וכך ירדה לה לטמיון עבודה מאומצת של שלושה חודשים.

את מחיר השתקת העובד, שרצה להסביר את דבריו, שילמה המחלבה – ובגדול.

ויש גם מסקנות

הקשיבו לדעתם של כל העובדים – ותופתעו.

האם כל עובדי החברה תמימי דעים לרעיון מסוים? שימו לב! ייתכן שלא נעשה מאמץ אמיתי לבדוק את הרעיון לעומק.

עודדו "פרקליטי שטן" – אלה המביעים דעה הפוכה מהדעה המקובלת, וכך מחייבים את החברה לאשש בצורה חזקה יותר את דעתה.

עובדים בחברה, אל תפחדו לומר את דעתכם! התעקשו לומר אותה במלואה, מפני שלעתים ייתכן ודעתכם השונה – היא שתעשה את ההבדל.

בתפקידים מסוימים אל תחפשו "אומרי הן". חפשו עובדים בעלי חשיבה חדשנית, מקורית, שיציעו את החברה קדימה וייתנו לה יתרונות על פני המתחרים.