

## יצירתיות – כלי רב-עוצמה בעסקים

מעטפה, ועליה פרפר, נחה על שולחן העבודה וצדה את עיני. הפרפר היה צבוע בצבעים ריאליסטים כל כך, שלא יכולתי להתעלם ממנו. על-כן מיהרתי ופתחתי את המעטפה. בתוכה הייתה מונחת גלויה, צבעונית גם היא, ומצדה השני היה כתוב: "אין מחיר לחופש", ומתחתיה, באותיות קטנות עוד יותר: "חברת פרפר – החופש לבחור את ספק האינטרנט שלך". מתחת להבטחה הופיע מספר חיוג חינם. חייכתי.

איני יודע מדוע, אך אצבעי נשלחה כמעט באופן אוטומטי אל מכשיר הטלפון. מצדו השני של הקו ענה לי קול צעיר ומלא ביטחון והתלהבות: "פרפר – החופש שלך. שלום, איך אוכל לעזור?" כעת נוספה להתלהבות שלי סקרנות אמיתית, והשבתי: "מה אתם מוכרים?"

שוחחנו. מסתבר כי המדובר בחברת אינטרנט צעירה ולא ידועה, אשר הבטיחה גלישה במהירות גבוהה. נציגת השירות הייתה אדיבה וענתה על כל שאלותי, ובסוף השיחה הוסיפה: "אם נוח לך, נוכל לחבר אותך, ותוכל לנסות ללא תשלום לתקופה שאתה תבחר. כמה זמן יספיק לך כדי לגלות כמה טובים אנו באמת?" התפלאתי פעם נוספת, וביני לבין עצמי חשבתי: 'איזו חברה מאפשרת לגלוש ללא תשלום רק כדי לנסות אותה?'

איני יודע מדוע, אך היצירתיות – לצד ההתלהבות והנכונות לתת לי דבר-מה עוד בטרם הפכתי ללקוח – קסמו לי, ועל-כן השבתי: "שבוע יספיק כדי לבדוק כמה טובים אתם באמת".

כבר באותו ערב גלשתי להנאתי במהירות מצוינת, שלא נפלה מהמהירות שבה הייתי רגיל לגלוש. על-כן המשכתי לגלוש במשך כל אותו שבוע.

לאחר שבוע התחברתי לספק האינטרנט החדש שלי – "פרפר".

בהקדם האפשרי סיפרתי לחבריי הטובים על החברה המוזרה, וגם הם שמחו לגלות חברה צעירה, שאינה מקובעת בדפוסי החשיבה הרגילים שהורגלו אליהם.

ביני לבין עצמי הסתקרנתי מאוד: 'איך זה מוכנה חברה לקחת סיכון כל כך גבוה, ולאפשר ללקוחות הפוטנציאליים שלה לקבוע את מועד הניסיון?' על-כן ביקשתי לדבר עם מנהל המכירות.

טלפנתי אליו, הצגתי את עצמי בנימוס, והבעתי את תמיהתי.

הרגשתי שהוא מחייך כשענה לי: "אתה מתפלא – ובצדק, כמו כולם. הרשה לי לשאול אותך שאלה פשוטה: מהו הזמן הממוצע של תקופת הניסיון שמבקש לקוח, כדי לגלות את איכות הגלישה באמצעותנו? ומיד הוסיף: חודש ימים! זה הכול. ככה אנו מחברים לקוחות מתוך אמון, שיידעו להעריך את המתנה הקטנה שקיבלו מאתנו. בתמורה הם מאמינים בנו ומתחברים אלינו". וסיים במילים: "יצירתיות – זה כל הסוד".

## ויש גם מסקנות

בעולם התחרותי יש ליצירתיות חשיבות רבה.

מהי יצירתיות? – עשייה, פנייה או פעולה, הנעשות באופן שונה מהמקובל.

כדי להיות יצירתיים, יש להכיר את מה שמקובל בשוק.

כדי להיות חברה יצירתית, יש לחדש כל העת – ולא רק פעם אחת.

כדי להפוך את החברה שלכם ליצירתית, שוחחו עם לקוח אחד או יותר שלכם, ושאלו אותם לדעתם: מה היו רוצים לקבל בנוסף? מההיו רוצים לשנות?

התייעצו עם עובדי החברה, ושתפו אותם באופן מושכל (ישיבות צוות, סיעור מוחות, תיבת ייעול ועוד). זכרו: מעבר לתוצאה המיוחלת, עובד מעורב הוא עובד מרוצה.

בדקו את המשוב החוזר מהפעילות היצירתית שיזמתם, ולמדו עד כמה הועילה הפעילות הזו – או שמא עשתה את ההפך. שפרו בפעם הבאה.

דאגו ליחסי ציבור טובים לפעילות היצירתית שלכם וזכרו: אנשים מעוניינים להכניס לעיתון כתבות או ידיעות על משהו "שונה".

הנה, על קצה המזלג, כמה פעילויות יצירתיות שנעשו:

**חברת M3** – יצרנית דפי מזכר, מחזירי אור, פלסטרים ומוצרים מדהימים נוספים – גדלה בהתמדה תוך שהיא חורטת על דגלה את סימן היצירתיות. כך הפכה למעצמה ובעלת מאות מוצרים ופטנטים על שמה.

**צה"ל** הודיע בכל אמצעי התקשורת, כי ניתן להחזיר ציוד צבאי במשך חודש ימים ללא קנס או משפט, התוצאה: אלפי פריטים שהעלו אבק הוחזרו לשימוש.

**עיריית תל אביב** נקטה צעד יוצא דופן: היא הבטיחה "הפחתת קנס" למי שיזדרז וישלם את חובו. היוזמה הצליחה, ואלפי אנשים מיהרו לשלם את הקנס המופחת.

**חברת מזון** התחרתה על שיא בספר השיאים של גינס: היא הכינה את צלחת החומוס הגדולה ביותר בעולם. מובן שהחברה זכתה לחשיפה גדולה ביותר, וכן למכירות באתר הצילומים עצמו.

**חברה להשכרת סרטי DVD ווידיאו** פנתה לכל לקוחותיה הקבועים והציעה להם – בחינם – סרט מתוך כמה סרטים לשני לילות. לקוחות רבים, אשר ביקשו לממש את ההטבה, הגיעו לסניפי החברה, וזו זכתה להתעוררות עצומה.