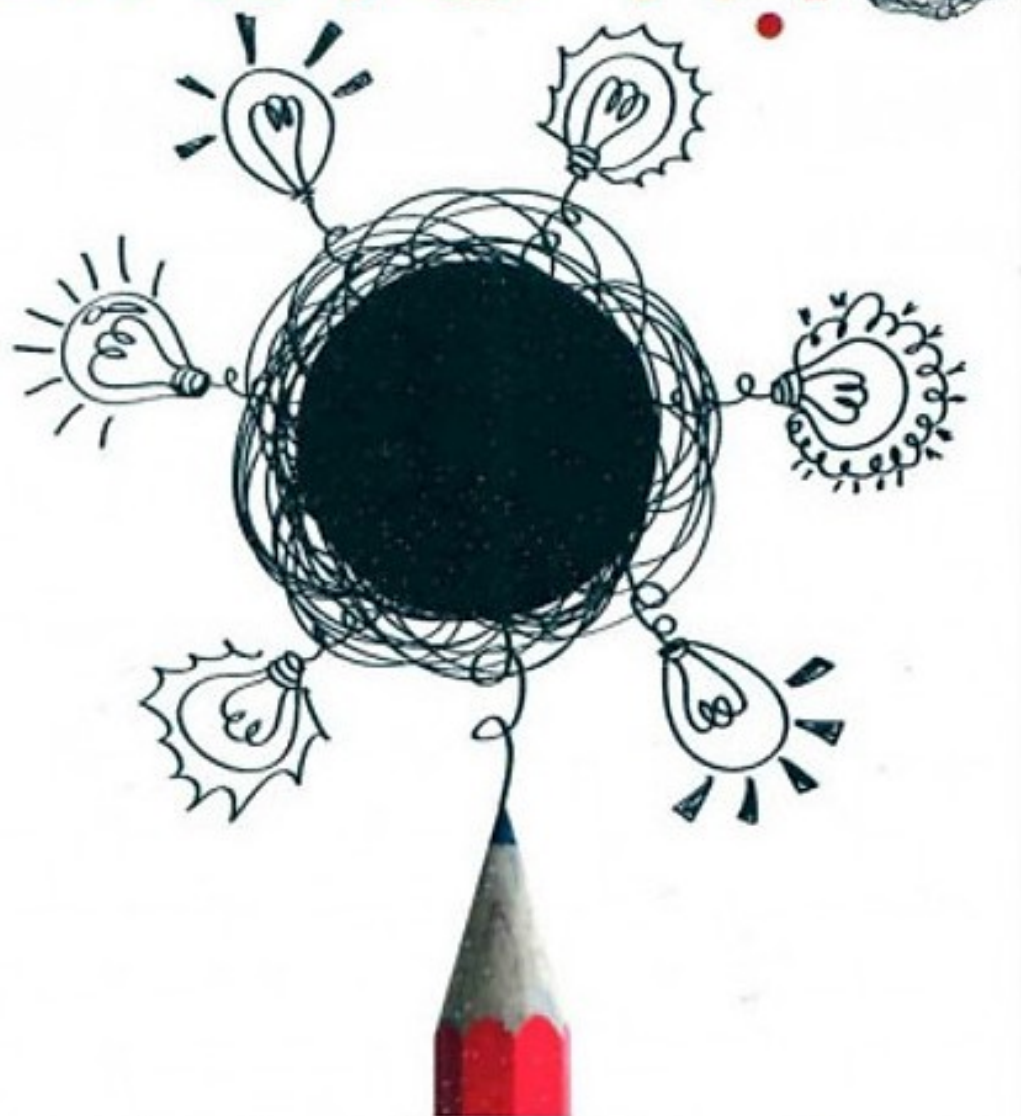


Alpha Books biên soạn

MỞ KHÓA SÁNG TẠO



“Sự sáng tạo đòi hỏi bạn phải có can đảm
để buông tay khỏi những điều chắc chắn.”

– Erich Fromm

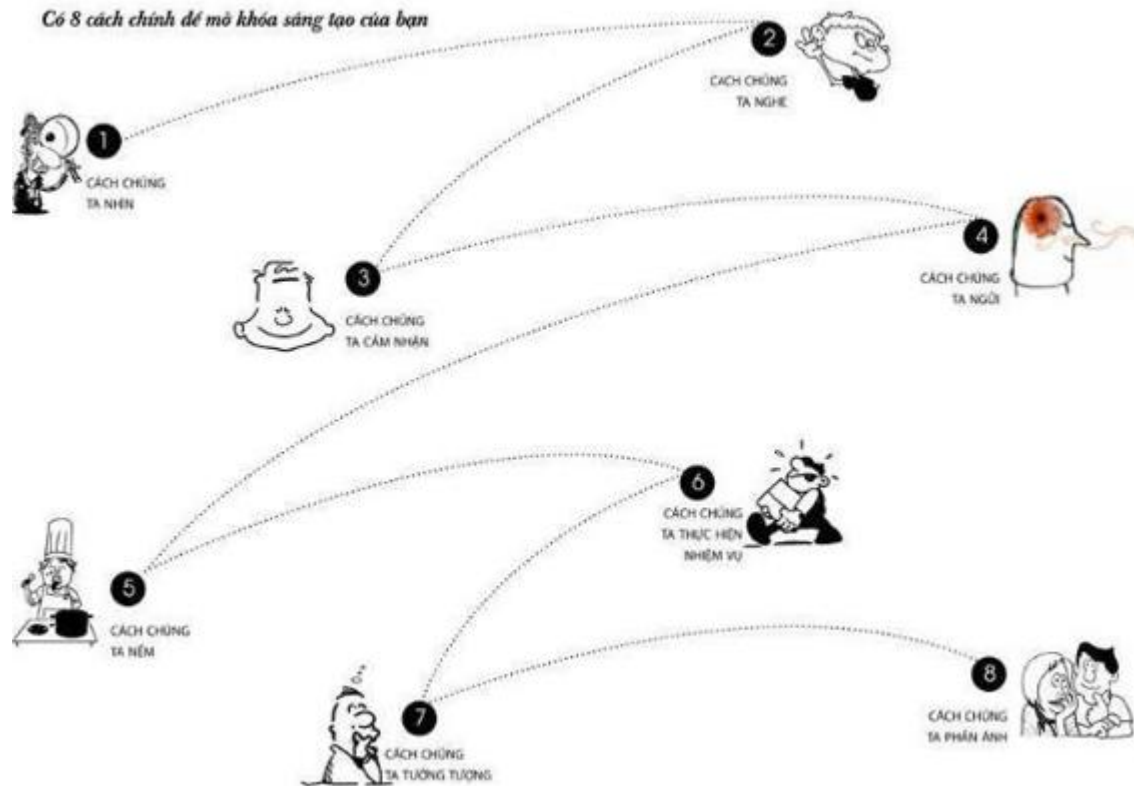
ALPHA BOOKS *biên soạn*

Mở khóa sáng tạo

Bản quyền © 2013 Alpha Books

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

Lời giới thiệu



LỜI GIỚI THIỆU

Nhà tâm lý học, triết học nhân văn người Đức – Erich Fromm đã nói rằng: “*Sự sáng tạo đòi hỏi phải có can đảm để buông tay khỏi những điều chắc chắn.*” Điều đơn giản ấy không phải ai cũng biết, tin và làm được.

Bạn luôn băn khoăn tự hỏi tại sao có người nghĩ được rất nhiều ý tưởng nhưng có người lại không thể nghĩ được gì; sáng tạo có phải là năng lực trời phú cho những người may mắn hay có một phương thức bí truyền nào cho ý tưởng sáng tạo? *Mở khóa sáng tạo* sẽ cho bạn câu trả lời thuyết phục.

Bạn sẽ hiểu được rằng không gì khác, chính cách nghĩ mới, cái nhìn mới và niềm tin chắc chắn sẽ là chìa khóa để bạn đến gần với lối tư duy sáng tạo trong cuộc sống và trong công việc. *Mở khóa sáng tạo* sẽ tiết lộ cho bạn qua những phương pháp để tạo

ra ý tưởng sáng tạo. Những câu chuyện thực tế và thú vị về sáng tạo cùng các bài tập rèn luyện trí não bổ ích là chiếc chìa khóa vạn năng giúp bạn mở toang cánh cửa của thành công.

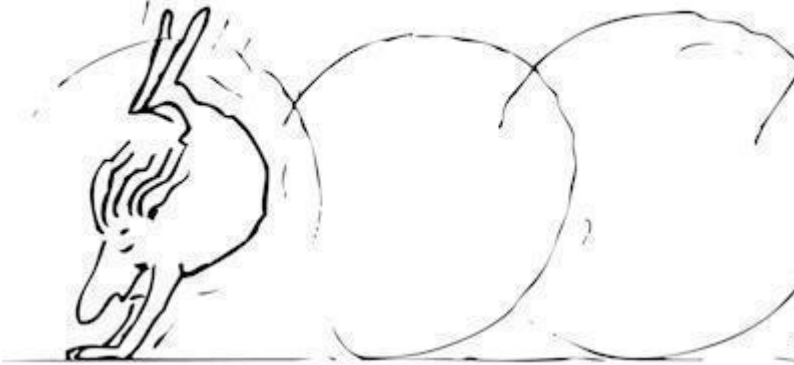
Hãy thử cảm giác của sáng tạo, bạn sẽ thấy nhiệt tâm và say mê hơn với công việc và cuộc sống phía trước.

Xin trân trọng giới thiệu tới bạn đọc cuốn sách nhỏ hữu ích này!

Hà Nội, tháng 7 năm 2013

CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA

I. Sáng tạo là gì?



Sáng tạo là hương thơm của tự do cá nhân. Người sáng tạo là người sáng suốt, người có thể thấy những điều không ai từng thấy trước đó, người có thể nghe những điều không ai từng nghe trước đó - thế thì có sáng tạo.

— OSHO

Thành tựu và tài sản nào cũng bắt đầu từ một ý tưởng.

— NAPOLEON HILL

Không gì đảm bảo chắc chắn cho tương lai của bạn hơn là có khả năng sáng tạo để giải quyết mọi vấn đề và mở mang kiến thức bất kỳ lúc nào cần đến.

— MARSH FISHERS

1. Sáng tạo

Trong nhiều năm, các nhà nghiên cứu đã cố gắng tìm ra bằng chứng để chứng minh nguồn gốc của các thiên tài. Trong nghiên cứu năm 1904, Havelock Ellis ghi chú rằng hầu hết các thiên tài đều có cha lớn hơn 30 tuổi và mẹ nhỏ hơn 25 tuổi và thường ốm yếu khi còn nhỏ. Những học giả khác cho rằng nhiều người sống độc thân (Descartes, Galileo, Newton), những người khác thì mồ côi cha (Dickens) hay mồ côi mẹ (Darwin, Marie Curie). Rốt cuộc, những cơ sở dữ liệu này chẳng nói lên điều gì. Các học giả cũng cố gắng đo lường mối liên hệ giữa trí thông minh và thiên tài. Nhưng chỉ có trí thông minh thôi là chưa đủ. Marilun vos Savant có chỉ số thông minh là 228, cao nhất từ trước đến nay, không đóng góp được nhiều cho khoa học hay nghệ thuật mà chỉ là người làm chuyên mục hỏi – đáp cho tạp chí Parade. Người đoạt giải Nobel Richard Feynman hiếm khi đạt chỉ số IQ 122, thấp hơn nhiều so với các nhà vật lý bình thường khác.

Phần lớn mọi người đều có chỉ số IQ ở mức trung bình, trước một vấn đề, họ có thể đưa ra được những câu trả lời thông thường. Chẳng hạn, khi được hỏi: “Một nửa của 13 là bao nhiêu?” lập tức ai cũng trả lời được là 6,5 hay sáu rưỡi. Câu hỏi quá dễ, thường bạn chỉ nghĩ câu trả lời trong vài tích tắc rồi chuyển sự chú ý sang hướng khác.

Thông thường, chúng ta đưa ra câu trả lời dựa trên những kinh nghiệm thu thập được trong quá khứ. Khi đứng trước vấn đề, chúng ta liên hệ với những thứ trong quá khứ đã từng xảy ra. Chúng ta hỏi: “Tôi đã học được gì trong cuộc sống, trong nhà trường hay trong công việc giúp tôi giải quyết vấn đề?” Rồi chúng ta lựa chọn phương án dựa trên kinh nghiệm trong quá khứ, không tính đến những phương pháp của người khác, để đưa ra kết luận của chúng ta. Vì thực hiện theo các bước rõ ràng dựa trên kinh nghiệm, chúng ta ngạo mạn và tin chắc vào giải pháp của mình.

Ngược lại, thiên tài không thích sự lặp lại. Đứng trước vấn đề, họ tự hỏi làm sao tìm ra được nhiều phương án khác nhau để giải quyết chúng, thay vì hỏi xem họ đã được dạy những gì để giải quyết vấn đề. Họ có khuynh hướng đưa ra nhiều phản ứng khác

nhau, một số trong đó không theo quy ước và nếu khả dĩ, sẽ có phương án độc nhất. Trở lại câu hỏi trên: “Một nửa của 13 là bao nhiêu?” những người sáng tạo sẽ nói rằng có nhiều cách khác nhau để biểu thị “mười ba” và nhiều cách khác nhau để giảm một nửa cái gì đó. Bạn có thể khám phá ra nhiều điều thú vị trong câu hỏi này khi tìm đọc cuốn sách *Một nửa của 13 là 8* do Alpha Books xuất bản năm 2012.

Người sáng tạo tìm nhiều cách để xem xét vấn đề từ cách kém khả thi cho tới cách khả thi nhất. Sẵn sàng khám phá tất cả các cách là điều rất quan trọng, dù có thể chỉ tìm được một cách khả dĩ. Có lần người ta hỏi Einstein sự khác biệt giữa ông và người bình thường là thế nào, ông đáp rằng nếu bạn yêu cầu người bình thường tìm cây kim trong đồng cỏ khô, người đó sẽ ngừng lại khi tìm thấy cây kim. Nhưng ông sẽ “mổ xẻ” toàn bộ đồng cỏ khô để tìm kiếm những thứ không cần thiết khác có thể tìm được.

Khi được hỏi: “Bạn có sáng tạo không?” phần lớn sẽ dẫn đo trước khi trả lời câu hỏi này vì không tin rằng mình là người sáng tạo. Thường thường chúng ta vẫn mặc định chỉ có các nghệ sĩ, nhà điêu khắc, nhà văn, nhà thơ, ca sĩ, nhạc sĩ, vũ công và diễn viên mới là những người sáng tạo đích thực. Có thể thêm vào danh sách này các nghệ nhân và kiến trúc sư.

Điều lạ là những nghề như tài chính, kế toán không bao giờ được dẫn vào danh mục sáng tạo chỉ đơn giản là vì người ta vẫn nghĩ sáng tạo trong kế toán nghĩa là gian lận sổ sách, tài khoản. Danh sách những người sáng tạo cũng không bao gồm người lao động, nông dân, nhân viên môi trường, kỹ sư và đặc biệt là công nhân viên chức. Kỳ thực, thương nhân và kỹ sư là những nghề cần rất nhiều sự khéo léo, trí tưởng tượng và óc sáng tạo. Công nhân viên chức, bộ đội hay cảnh sát vốn bị xem là những người cứng nhắc rập khuôn vì công việc hàng ngày buộc phải tuân theo các thủ tục và quy tắc. Nhưng họ lại là những người tháo vát, tỉ mỉ trong việc giải quyết các thủ tục hành chính. Tệ hơn nữa, những người lao động chân tay cực nhọc ngày này qua ngày khác như công nhân, nông dân gần như bị đánh bật khỏi địa hạt của sự sáng tạo. Thật là quan niệm sai lầm!

Có câu chuyện cũ về ba người thợ xây thế này:

Một người khách đi ngang qua nơi những người thợ hồ đang xây một bức tường và hỏi về công việc họ đang làm.

Người thứ nhất chẳng suy nghĩ gì, đáp ngay: “Chúng tôi trộn hồ, đặt các viên gạch và xây tường.”

Chẳng có gì lạ cả.

Người khách đến hỏi người thợ thứ hai, ông đưa tay lau mồ hôi trên trán rồi trả lời: “Tôi đang làm công việc mà một ngày có thể kiếm được 5 bảng Anh.”

Cũng thường thôi.

Người thợ thứ ba đang làm việc hăng say đến nỗi không để ý đến sự có mặt của người khách lạ. Người khách tới gần hỏi: “Xin lỗi, ông có thể cho biết ông đang làm gì được không?”

Người thợ dừng tay và chậm rãi trả lời: “Tôi đang cùng mọi người xây một trong những bức tường của một nhà thờ lớn mà sau này tôi có thể dẫn con cháu của mình đến thăm và tự hào nói với chúng rằng cha ông chúng là người góp phần xây nên những bức tường của nhà thờ đó.”

Cùng một công việc mà ba người có ba cách trả lời khác nhau, cũng chính là ba quan niệm làm việc và sống khác biệt nhau. Hai người đầu tiên chỉ chú tâm vào những nỗi lo đời thường, một dạng “áo cơm ghì sát đất.” Người thứ ba đã để trí tưởng tượng phát huy. Đó là một dạng của sáng tạo.

Thiền sư Osho nói rằng tất cả mọi thứ bạn làm đều có thể trở nên sáng tạo. Bản thân hoạt động không chứa đựng sự sáng tạo hay phi sáng tạo mà chính người làm mang lại ý nghĩa cho nó. Bạn có thể sơn một cách máy móc không sáng tạo. Bạn có thể hát lặp đi lặp lại đầy nhàm chán, nhưng bạn cũng có thể làm sạch sàn nhà một cách đầy sáng tạo. Sáng tạo là bạn thổi vào việc bạn đang làm một thái độ, một cách tiếp cận mới. Vì vậy, không có gì lạ khi có những người nhận được rất nhiều những lời ngợi khen và danh hiệu về sáng tạo. Ai cũng có thể sáng tạo. Chỉ cần bạn thay đổi suy nghĩ và thuyết phục chính mình và có thể tự tin nói: “Tất nhiên, tôi rất sáng tạo!”.

Tác giả Jack Foster trong cuốn sách Một nửa của 13 là 8 đã liệt kê rất nhiều quan niệm về sáng tạo. Tự chung lại, chúng tôi đồng

tình với quan niệm: Sáng tạo chẳng qua là kết hợp những cái có sẵn lại với nhau để tạo thành cái mới.

Johannes Gutenberg chế tạo ra máy in sau những khám phá tuyệt vời của chuyên thăm quan nhà máy ép rượu và máy đúc tiền.

Thép luyện được phát kiến ra sao? Do một người thợ đồng hồ có tên Benjamin Huntsman, ông đã nỗ lực cải thiện chất lượng thép cho dây cốt, bắt chước cách đốt lò nung thủy tinh.

Ý tưởng phanh hơi bắt nguồn từ đâu? Là do một lần George Westinghouse xem cách vận hành của máy khoan đá trong công trình xây dựng đường hầm xuyên qua dãy núi An-pơ.

Vì sao máy tính tiền xuất hiện? Do một lần James Ritty đi tàu hơi nước vượt Đại Tây Dương và nhìn thấy thiết bị đếm vòng quay chân vịt....

Christopher Sholes liên hệ giữa các phím đàn dương cầm với máy gõ chữ để phát minh ra loại máy đánh chữ QWERTY hiện đại đầu tiên trên thế giới.

Không sáng tạo, thế giới sẽ bị hủy diệt. Chúng ta cần sáng tạo để làm việc hay giải quyết mọi vấn đề trong cuộc sống hàng ngày.

Ai cũng có khả năng sáng tạo, quan trọng là biết cách nuôi dưỡng tính sáng tạo dần theo thời gian.

Sáng tạo gắn liền với cảm xúc tích cực. Người sáng tạo là người luôn vui tươi, lòng tràn đầy tình yêu, sự tò mò và hạnh phúc.

Những người có nhiều khả năng sáng tạo nhất đều là người cảm thấy hạnh phúc. Nơi nào có sợ hãi, tức giận, buồn bã, lo lắng, nơi đó không thể nảy mầm sáng tạo.

Chỉ những người mang trong mình cảm xúc tích cực mới có khả năng sáng tạo. Chỉ họ mới quan tâm đến thế giới xung quanh và phát hiện ra những điều thú vị và sống động trong cuộc sống để từ đó sáng tạo được khơi nguồn.

Chuyên gia cũng có thể sai!

Tất cả những điều dưới đây đều được nhận định bởi các chuyên gia, nhưng thực tế đã chứng minh, điều họ nói hoàn toàn sai.

- Máy quay đĩa... chẳng có giá trị thương mại nào.

(Thomas Edison nhận xét về phát minh của mình năm 1880).

- Trong vòng 50 năm nữa, con người sẽ không bay được.
(Wilbur Wright nói với em trai Orville năm 1901, hai năm trước khi chiếc máy bay thử nghiệm của họ bay được).
 - Kể chết tiệt nào muốn nghe diễn viên nói cơ chứ?
(Harry Warner, đồng sáng lập hãng phim Warner Bros).
 - Những phát minh đã đạt tới giới hạn của chúng và ta thấy không có hy vọng nào để có thể tiến xa hơn.
(Julius Sextus Frontinus, kỹ sư thiên tài người La Mã phát biểu từ những năm đầu Công nguyên).
 - Mọi thứ có thể phát minh đều đã được phát minh.
(Charles Duell, Ủy viên văn phòng sáng chế Hoa Kỳ, năm 1899).
 - Người Mỹ cần có điện thoại nhưng chúng ta thì không. Chúng ta đã có quá nhiều người đưa tin rồi.
(William Preece, kỹ sư trưởng bưu điện Anh, năm 1878).
 - Tôi nghĩ rằng có một thị trường toàn cầu cho 5 máy tính.
(Thomas Watson, chủ tịch IBM, năm 1943).
 - Truyền hình sẽ không thể duy trì được quá 6 tháng, mọi người sẽ thấy phát chán khi phải nhìn vào cái hộp nhỏ bằng gỗ dán mỗi tối.
(Darryl Zanuck, đồng sáng lập xưởng phim 20th Century Fox, năm 1946).
 - Là tôi, tôi sẽ đóng cửa Apple và trả lại tiền cho các cổ đông.
(Michael Dell, nhà sáng lập Tập đoàn Dell, năm 1997).
 - Chẳng có lý do gì để ai đó muốn sở hữu riêng một chiếc máy tính tại nhà của họ.
(Ken Olsen, nhà sáng lập Digital Equipment Corp, năm 1977).
 - Không ai muốn một máy tính cá nhân có bộ nhớ nhiều hơn 637 KB, 640 KB đã là quá đủ rồi.
(Bill Gates, năm 1981).
 - Giáng sinh tới iPod sẽ xong đời.
(Alan Sugar, nhà đầu tư mạo hiểm, năm 2005).
- Không phải chỉ chuyên gia mới có khả năng sáng tạo
 Bạn biết chiếc máy tính tiền đầu tiên do ai sáng chế ra không?
 Là James Ritty - ông chủ của một khách sạn.
 Cha đẻ của hãng Kodak lại là một nhân viên nhà băng, George Eastman. Chính Eastman là người sáng chế ra máy quay phim

chạy bằng cuộn phim năm 1888, khai sinh ra ngành Nhiếp ảnh bình dân.

Chiếc bút bi đầu tiên trên thế giới được phát minh bởi Laszlo Biro - phóng viên người Hungary. Khi đang làm việc, Laszlo Biro nhận thấy mực dùng để in báo khô rất nhanh và không làm cho giấy bị nhòe. Ông đã cố sử dụng cùng loại mực cho bút máy nhưng nhận thấy mực không chảy ra đầu bút do mực quá sệt. Ông đã làm việc với anh trai mình, vốn là một nhà hóa học và đã phát minh ra đầu bút gồm một viên bi có thể xoay trong một hốc, do đó có thể lăn mực từ ống chứa mực và in lên giấy. Biro đã đăng ký phát minh ở Paris năm 1938.

Vào thập niên 1920, Florence Lawrence, một nữ diễn viên nổi tiếng tại Mỹ đã sáng chế ra thiết bị có tên gọi “auto signaling arm” tạm dịch là Tay xi-nhan ô tô, phiên bản đầu tiên của đèn xi-nhan ngày nay.

Tình cờ vào một buổi sáng năm 1903, người bán nút chai đến từ Boston tên là Gillette cạo râu và nhận ra dao cạo đã bị cùn. Ông băn khoăn tại sao phải mất nhiều thời gian mài để làm bén lại lưỡi dao mới có thể dùng tiếp mà không nghĩ đến một lưỡi dao đủ mỏng và rẻ để có thể vứt đi sau khi không sắc nữa? Để trả lời câu hỏi này, Gillette phải mất đến tám năm để đúc được một lưỡi dao đủ mỏng như móng vuốt và năm 1911 ông đã lấy được bằng sáng chế về chiếc dao cạo này.

2. Bài học sáng tạo từ câu chuyện phát minh bút xóa

Vào thập niên 1950, khi máy đánh chữ điện tử lần đầu tiên được giới thiệu, một ông chủ tốt bụng đã mua cho cô thư ký của mình một chiếc máy đánh chữ. Cái máy mới khiến cô thư ký Bette Nesmith say mê, những ngón tay cô không còn đau đớn khi gõ xuống bàn phím nữa.

Nhưng niềm vui của Bette sớm tan biến. Không quen với những phím gõ nhẹ nhàng, cô mắc hết lỗi sai này đến lỗi sai khác cho đến khi giỏ đựng rác chứa đầy những lá thư gõ sai. Vào cuối ngày, cô vẫn không thể hoàn thành lá thư.

Bette nghĩ rất nhiều cách để giải quyết vấn đề, nhưng không tìm được giải pháp. Cuối cùng, cô nghĩ đến phản ứng của sáp khi biết chuyện này. Ông ấy đã đầu tư nhiều tiền bạc vào cái máy

này và sẽ thất vọng biết bao nếu cô không thể làm việc hiệu quả hơn. Thậm chí cô còn có thể bị mất việc.

Rồi một ý tưởng bất ngờ lóe lên trong đầu cô. Cô nhớ đến khóa học nghệ thuật, ở đó cô được học vẽ lên những lỗi sai với cách vẽ đặc biệt là Gesso. A ha! Tìm ra rồi!

Bette vội vã trở về nhà tìm hộp vẽ trắng và dùng bút vẽ nhỏ để vẽ lên những lỗi sai. Liquid Paper (bút xóa) được phát minh.

Năm 1972, cô bán ý tưởng này cho công ty Gillette với giá 50 triệu đô-la.

3. Bài tập vui

Bài tập 1. Thử đoán nghề

Bạn hãy thử đoán nghề nghiệp của những người được nhắc tên dưới đây bằng cách nối cột bên trái gồm tên nhà phát minh và sản phẩm được phát minh với cột bên phải là nghề nghiệp của các nhà phát minh đó.

1. Alois Senefelder là người đã sáng chế ra kỹ thuật in thạch bản ở Bohemia vào năm 1798.	A. Nhà soạn kịch
2. Cha đẻ của máy hút bụi là Hubert Booth.	B. Giám đốc nhà tang lễ
3. Lốp xe bơm hơi được phát minh bởi John Boyd Dunlop.	C. Thợ sửa xe đạp
4. Anh em nhà Wright là những người đầu tiên phát minh ra máy bay.	D. Họa sĩ vẽ chân dung
5. Samuel Morse là người đầu tiên sáng chế ra chiếc máy điện báo năm 1836.	E. Bác sĩ thú y
6. Năm 1889, Almond Strowger phát minh ra tổng đài điện cơ kiểu từng nấc.	F. Chủ thầu xây cầu

Bài tập 2. Tạo sự liên kết

Những kết hợp dưới đây đã giúp người sáng chế đạt được thành công. Bạn hãy thử chỉ ra các liên kết giữa chúng.

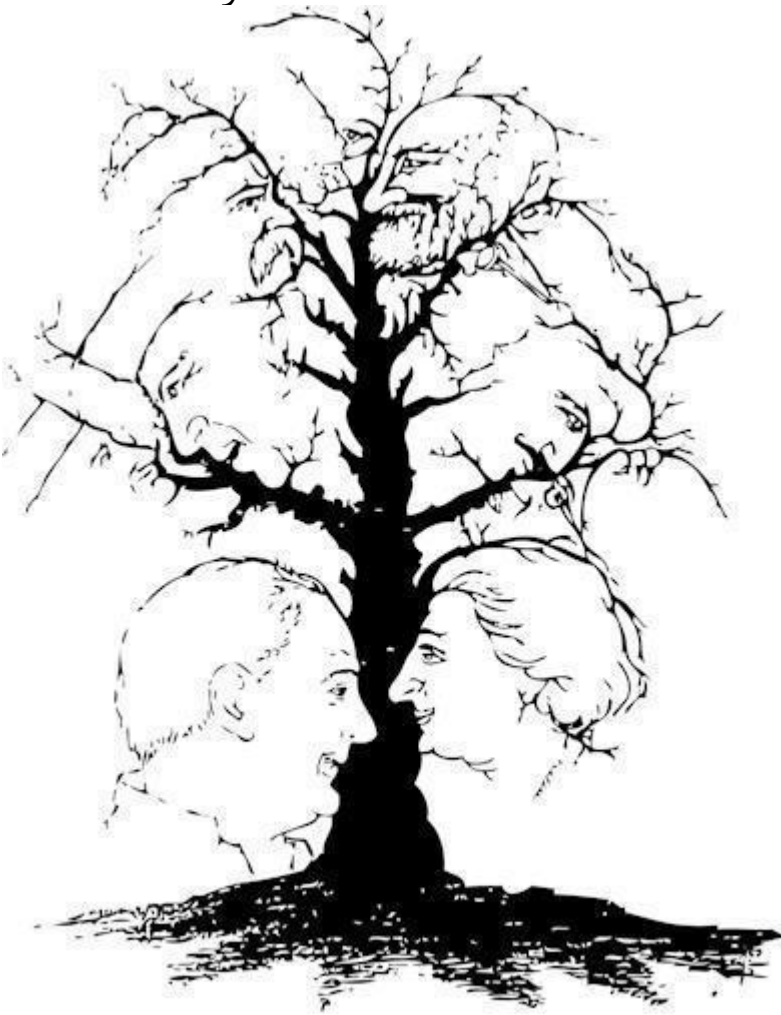
1. Những sản phẩm nào được tạo thành nhờ các kết hợp dưới đây?

- a. Tăm xỉa răng và bông gòn.
- b. Xe hơi và nhà.
- c. Ghế ngồi và bánh xe.
- d. Bụi nước hoa và động cơ xe hơi.

2. Tên một số địa danh ẩm thực nổi tiếng trên thế giới được tạo ra bởi sự liên kết các ý tưởng lại với nhau. Bạn có thể nói tên dựa vào các cặp dưới đây không?

- a. Café bar và Rock Music.

- b. Restaurant và Hollywood stars.
 - c. Pizza và dịch vụ giao hàng tận nhà nhanh.
3. Những sản phẩm nổi tiếng thế giới nào được tạo ra bằng những cách kết hợp dưới đây:
- a. Đồng hồ và thời trang.
 - b. Bia và đồ uống nhẹ.
 - c. Nước uống và xa xỉ phẩm.
- Bài tập 3. Sức mạnh của quan sát
- Bạn hãy thử quan sát xem có bao nhiêu khuôn mặt trong bức hình sau đây.



(Nguồn: Internet)

II. 5 bước sáng tạo



Tôi tư duy nên tôi tồn tại.

— RENE DESCARTES

*Không rắc rối nào dùng vừng được trước cuộc
tấn công của suy nghĩ kiên trì.*

— VOLTAIRE

*Chúng ta thường cho rằng ý tưởng là sản
phẩm của trí thông minh. Nhưng sự thực chúng
lại được nảy sinh từ những trải nghiệm với thế
giới bên ngoài.*

— KONOSUKE MATSUSHITA

1. Hiểu biết

Sáng tạo là quá trình kết hợp những nhân tố cũ với nhau để tạo thành cái mới. Hiểu biết là nguyên liệu thô giúp bạn tạo ra sự kết nối đó. Càng biết nhiều thứ, biết sâu hay biết rộng, cơ hội tạo ra ý tưởng mới của bạn càng nhiều.

Hiểu biết không đơn thuần chỉ là những kiến thức bạn được dạy ở trường. Nó phải là những trải nghiệm tổng thể trong cuộc sống của bạn.

Hãy đọc và học những thứ không thuộc phạm vi công việc của bạn. Có như vậy, bạn mới mong tìm được nhiều nguồn ý tưởng. Nếu là kỹ sư, bạn nên đọc thêm những thứ khác như thơ ca, thiên văn học, hay kể cả tâm linh, những thứ hầu như chẳng liên quan gì đến công việc của bạn.

Hãy đọc báo, sách, chủ đề bạn chưa từng đọc trước kia, xem những bộ phim bạn không thích, thử một sở thích mới, học những kỹ năng mới, nói chuyện với người lạ và phiêu lưu đến những vùng đất lạ.

Cách nhanh nhất và dễ nhất để thu được kiến thức là đọc báo cuối tuần. Bạn có thể không đọc tất cả tin tức nhưng hãy đọc những tin tức nổi bật trong các mục: chính trị, thể thao, khoa học, sức khỏe, tài chính, giải trí,...

Hãy tạo thói quen đọc bất kỳ tờ báo nào trước nay bạn không bao giờ đọc. Đọc những tờ báo khác nhau ít nhất một tháng một lần. Chọn những tiêu đề tạp chí mà bạn không hứng thú, chẳng hạn: Nghệ thuật xăm mình và bạn sẽ ngạc nhiên với những kiến thức mới mẻ vừa khám phá. Đọc lướt qua những tài liệu xa lạ trong khi chờ xe không chỉ là cách tuyệt vời để giết thời gian mà còn là cơ hội mở ra những chân trời tri thức mới làm giàu trí sáng tạo của bạn.

Trò chuyện với người nước ngoài bất cứ nơi đâu và bất kỳ lúc nào có thể. Hào hứng đặt câu hỏi để thêm hiểu biết về văn hóa, lối sống, hệ thống chính trị xã hội ở đất nước của họ hay bất kỳ chủ đề nào mà bạn ít biết hoặc không biết gì. Tính hiếu kỳ là nền tảng tạo nên sự sáng tạo.

Càng làm giàu kiến thức, bạn càng dễ có được ý tưởng. Hãy tìm kiếm tri thức ngoài địa hạt công việc chuyên môn của mình. Chính hiểu biết thư pháp đã giúp “vua táo” Steve Jobs đưa ra những mẫu thiết kế tuyệt vời. Trong bài phát biểu tại trường Đại học Stanford năm 2005, ông kể lại: *“Tôi đã được học về nhiều kiểu chữ khác nhau, được học cách làm sao để thay đổi không gian giữa những chữ cái và cách để tạo nên những kiểu chữ đẹp tuyệt vời. Thư pháp không những mang tính lịch sử mà còn rất đẹp và tinh tế khiến tôi cảm thấy vô cùng hấp dẫn.”*

Bette Nesmith, người phát minh ra bút xóa đã giải quyết vấn đề đánh máy, nhờ những hiểu biết về hội họa.

Có thể không có những bằng chứng khoa học cụ thể, nhưng nhiều người tin vào giác quan thứ sáu, chính là trực giác. Một số người đề cập đến trực giác như một quá trình tư duy của tiềm thức vẽ lên những trải nghiệm mà chúng ta không nhớ. Không ai biết chính xác nó hoạt động ra sao, nhưng nhiều người chứng minh rằng trực giác là nguồn cội của sáng tạo đích thực cư trú trong mỗi chúng ta. Xin dẫn ra một câu chuyện vui về **Hiểu biết:**

Người đàn ông biết tuốt

Ngày xưa, có một người uyên thâm làm nghề bán chữ kiếm sống. Chữ ông ta bán chỉ có tác dụng nếu khách hàng giữ nó cho riêng mình và cố luận ra ý nghĩa của nó mà không nhờ bất kỳ ai giúp.

Tiếng tăm của ông nổi như cồn, bay tới tai nhà vua.

Nhà vua cho triệu người đàn ông thông thái đó đến lầu đài, nhưng ông không đến. Không còn lựa chọn nào khác, nhà vua đành đến mua chữ của ông. Lúc nhà vua đến, người đàn ông chăm chú quan sát mà không nói một lời. Cuối cùng, ông viết ba chữ: “Ta biết hết!” và lấy của nhà vua 30 đồng tiền vàng cho mỗi từ đó.

Nhà vua cố nghĩ xem ý nghĩa ẩn giấu đằng sau ba chữ đó là gì, nhưng không thành. Ông ngẫm nghĩ nó hết ngày này sang ngày khác. Thậm chí, ông không dám tham khảo những cận thần tin cậy nhất, vì ông biết rõ tác động của những chữ đó sẽ mất hiệu lực khi ông làm vậy.

Một ngày nọ, nhà vua cho gọi người thợ cạo của mình tới lầu đài để cắt tóc. Nhà vua vẫn tiếp tục suy ngẫm về những từ này trong lúc người thợ cạo cắt tóc. Cuối cùng, không thể tự chủ được nữa, nhà vua buột miệng nói to những từ này: “Ta biết hết!”. Khuôn mặt người thợ tái mét. Hắn lập tức đánh rơi con dao đang dùng để cạo mặt cho nhà vua và quỳ xuống.

“Xin bệ hạ tha tội cho hạ thần. Hạ thần cố rạch cổ bệ hạ vì nghe theo lệnh của anh trai bệ hạ thôi ạ,” người thợ cạo khóc lóc cầu xin đức vua tha tội.

Ba từ đó đã cứu sống nhà vua.

Bạn nghĩ sao? Bạn có nghĩ người đàn ông thông tuệ kia có thực sự biết mọi chuyện sẽ xảy ra hay chỉ do ông đã dùng hiểu biết của mình để biết chắc hiểu luôn có những kẻ rình rập muốn cướp ngôi của nhà vua?

Bài tập vui

Để giải quyết các vấn đề dưới đây, bạn cần biết về lĩnh vực thể thao, khoa học và có sự quan sát sắc bén.

Bài tập 1

Một phụ nữ đang đổ nước nóng vào bồn tắm thì hết nước nóng. Vì vậy, bà ta quyết định đun thêm một ít nước đổ vào bồn tắm để tăng nhiệt độ nước lên như mong muốn. Sau một lúc, chồng bà bước vào. Ông bảo bà ngừng việc đó lại vì bà càng làm nóng nước, bồn tắm của bà càng nguội thêm. Vì sao?

Bài tập 2

Có hai cô gái đang đấu quần vợt. Họ phải chơi 5 set trước đối thủ mới quyết định được kết quả. Khi kết quả cuối cùng được thông báo, mỗi cô gái thắng 3 set. Hỏi sao lại có chuyện đó xảy ra?

Bài tập 3

Có 200 cầu thủ tham gia vào một trận đấu quần vợt đơn hạ đo ván. Giả định rằng không có trận nào thắng dễ dàng, hỏi phải chơi bao nhiêu trận đấu để quyết định người thắng cuộc?

2. Suy nghĩ

Suy nghĩ là hoạt động tâm trí tạo ra sự kết nối hữu ích nhằm tìm ra những giải pháp khả thi để giải quyết vấn đề. Không lạ lẫm gì, hầu như ai cũng biết não có hai bán cầu, bán cầu não trái chủ về tư duy logic, còn bán cầu não phải chủ về sáng tạo. Bạn cần sử dụng cả hai bán cầu não này để có thể sản sinh ra ý tưởng cho những ứng dụng thực hành.

Theo bậc thầy sáng tạo nổi tiếng thế giới Edward de Bono, có hai dạng thức của quá trình tư duy:

Dạng thức thứ nhất là tư duy theo chiều dọc hay tư duy hội tụ.

Dạng thức này được so sánh với việc đào xới một cái hang sâu hơn. Vấn đề với dạng tư duy chiều dọc này là nếu bạn đào một cái hang sai, bạn sẽ không thể tìm được giải pháp dù bạn có đào sâu đến đâu.

Dạng tư duy thứ hai là tư duy theo chiều ngang hay tư duy phân kỳ. Dạng tư duy này được ví như việc đào nhiều cái hang khác nhau (tìm kiếm nhiều giải pháp). Khả năng tìm được giải pháp đúng sẽ tăng lên. Đúng như Linus Pauling từng nói: “Cách tốt nhất để có được ý tưởng tốt là có thật nhiều ý tưởng.”

Dạng tư duy thứ hai cần cho việc sản sinh ra nhiều ý tưởng sáng tạo. Những kỹ thuật sáng tạo căn bản được nói đến trong cuốn sách này nhằm giúp nâng cao tư duy hội tụ của bạn.

Xin kể cho bạn nghe về câu chuyện suy nghĩ tạo nên sáng tạo của hãng Walt Disney:

Hãng Walt Disney

Trong phòng làm việc của hãng Walt Disney luôn có một bức tường để nhân viên thể hiện ý tưởng của mình dưới đủ dạng thức, từ chữ viết cho tới ký họa và sơ đồ. Ai cũng được tự do thể hiện ý tưởng của mình. Nhờ vậy mà ý tưởng mỗi lúc một tăng lên. Quả là sự kích thích tinh thần lớn lao.

Hãy tưởng tượng, tưởng tượng thật nhiều! Trẻ con là bậc thầy về tưởng tượng. Càng lớn, trí tưởng tượng càng ít đi, nhưng xem phim viễn tưởng và đọc truyện cổ tích có thể giúp bạn hồi phục được điều đó – không hoàn toàn nhưng còn khá hơn là không làm gì.

Ngôn ngữ thì có giới hạn, còn trí tưởng tượng là vô biên.

Hãy cùng nhau đặt ra nhiều câu hỏi. Càng nhiều càng tốt: Giả sử thế này, giả sử thế kia... Nếu không... thì...

Bạn muốn biết chức năng từng bộ phận trong ngôi nhà? Hãy liên tục đặt câu hỏi!

Nếu không có nó, ngôi nhà sẽ thế nào?

Nếu đặt nó vào chỗ khác, có ảnh hưởng gì không?

Ngôi nhà sẽ ra sao nếu khung nhà khác đi?

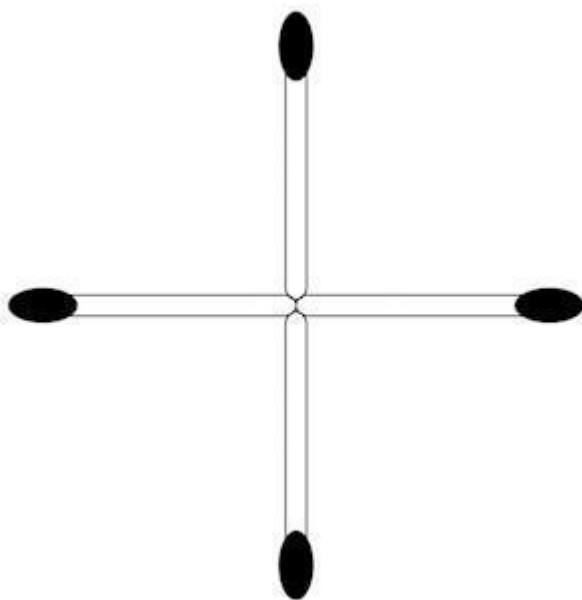
Nếu mất đi một bộ phận, lấy gì để thay thế?...

Đưa ra nhiều tham số để lựa chọn, bạn sẽ dễ dàng lựa chọn được cách tối ưu nhất. Nếu bạn chỉ có 2 màu sơn để sơn một căn phòng cho thích hợp, bạn buộc phải hài lòng với một trong hai, nhưng khi có trong tay tới 20 màu sơn thì bạn sẽ dễ dàng lựa chọn được màu sắc thích hợp với tính cách bản thân mình nhất. Bạn chỉ có thể có được kết quả tốt nhất khi bạn có được ý tưởng tốt nhất.

Bài tập vui

Bài tập 1

Bạn có thể di chuyển 1 que diêm được xếp như hình dưới để thành 1 hình vuông từ 4 que diêm này không?



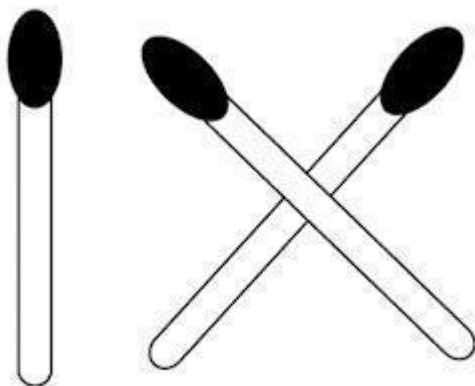
Bài tập 2

Chỉ di chuyển 1 que diêm để được đẳng thức đúng.



Bài tập 3

Thêm 1 nét để biến số 9 La Mã thành số 6 (dưới mọi hình thức).



3. Ấp ủ

Nếu sau khi nghĩ nát óc mà vẫn chưa ra ý tưởng khả quan nào, bạn nên dừng lại. Bạn có thể thư giãn, làm bất kỳ việc gì và để mặc cho tiềm thức của mình tiếp tục công việc. Người ta gọi đó là quá trình ấp ủ.

Khi thư giãn, trí óc của bạn chùng xuống, tinh thần trở nên nhẹ bớt, nó được tự do để tạo ra các kết nối mới mà từ đó sự sáng tạo sẽ sản sinh. Quá trình ấp ủ ý tưởng cũng như ấp trứng. Nhiều thứ diễn ra bên trong mà bạn không thấy được bằng mắt thường. Sự ấp ủ có thể mất vài phút, vài giờ, vài ngày, vài tháng hay thậm chí vài năm.

Quá trình ấp ủ xuất hiện dưới nhiều cách: lúc nghỉ ngơi thư giãn, khi đang vui chơi, lúc đang tập trung làm việc gì đó hay thậm chí là khi đang ngủ.

Archimedes đã khám phá ra Định luật Archimedes khi ông đang tắm. Nhà bác học Einstein giải quyết nhiều vấn đề khoa học khi ông đang chơi vĩ cầm hay khi đang chớp mắt. Charles Darwin tìm ra sự liên kết trong thuyết Tiến hóa của mình khi ông đang điều khiển xe ngựa. Seymour Cray, cha đẻ của siêu máy tính, một lần đào đường hầm dưới ngôi nhà đã cho ông sự ấp ủ tốt nhất.

Hãng xe hơi Nissan đã áp ủ ý tưởng để thiết kế mẫu xe hơi mới như thế nào? Câu chuyện sau đây sẽ cho bạn biết rõ điều đó!

Xe hơi Nissan Pathfinder

Trụ sở Nissan đặt tại San Diego, Mỹ là nơi thiết kế các mẫu xe hơi Nissan cho thị trường Mỹ, đứng đầu là ông Jerry Hirshberg, chủ tịch công ty. Công ty nhận nhiệm vụ phải thiết kế một chiếc xe hơi kiểu dáng thể thao mới được gọi là Nissan Pathfinder.

Hirshberg và nhóm thiết kế làm việc cật lực trong nhiều tháng, nhưng không tài nào cho ra được những nét đặc trưng cho chiếc xe hơi mới. Họ tuyệt vọng khi hạn chót đến gần.

Nhưng Hirshberg không hoang mang. Ông cho toàn bộ 50 nhân viên của mình nghỉ giải lao để xem bộ phim Sự im lặng của bầy cừu. Bộ phim cần sự tập trung cao độ để theo dõi các đoạn hội thoại và cốt truyện. Khi xem phim, tất cả mọi người đều không nghĩ gì đến bản thiết kế đầu đầu kia nữa.

Thời gian thư giãn ngắn là cần thiết cho giai đoạn ấp ủ của nhân viên. Họ được tái tạo thêm nhiều năng lượng và ý tưởng bắt đầu tuôn trào. Dự án thành công đúng thời hạn.

Nếu một lúc nào đó, bạn đau đầu tìm giải pháp cho vấn đề mà vẫn chưa ra, hãy dành thời gian nghỉ ngơi để ấp ủ ý tưởng.

Bài tập vui

Những vấn đề dưới đây đều đơn giản nhưng yêu cầu phải có tư duy sáng tạo. Chúng đề cập tới các tình huống thực. Để giải quyết chúng, bạn cần thoát ra khỏi lối tư duy thông thường.

Giai đoạn ấp ủ sẽ giúp bạn tìm ra câu trả lời.

Bài tập 1. 10 quả táo

Cuối bữa tiệc sinh nhật, bà chủ nhà thấy còn 10 quả táo đựng trong giỏ. Bà cho mỗi đứa trẻ mang về một quả táo. Sau khi cả 10 đứa trẻ đã nhận được táo, vẫn còn một quả táo trong giỏ. Hỏi tại sao?

Bài tập 2. Rơi từ tòa nhà 20 tầng

Một người đàn ông ngồi uống café gần cửa sổ. Đang thích thú ngắm nhìn cảnh vật bên ngoài thì bất ngờ ông ta bị đẩy xuống, rơi khỏi tòa nhà 20 tầng. Nhưng ông ta vẫn tiếp đất an toàn, không đau đớn gì, trong khi dưới đất không hề có đệm. Tại sao lại như vậy?

Bài tập 3. Đo lượng nước trong hồ

Giả sử có một cái hồ nhỏ méo mó đằng sau nhà bạn. Độ sâu của nó thay đổi và bạn không thể biết được chính xác là bao nhiêu. Không có con sông nào chảy vào hay chảy ra khỏi hồ. Làm thế nào đo được khối lượng nước trong hồ?

4. Tìm ra rồi!

Cuối cùng thì ý tưởng cũng xuất hiện sau thời gian ấp ủ. Chắc bạn không quên hình ảnh nhà bác học Archimedes đã chạy từ bồn tắm ra ngoài đường và hét vang: “Eureka!” khi phát hiện ra phương pháp xác định vàng nguyên chất trong vương miện của nhà vua. “Eureka” trở thành một biểu tượng cho cảm giác vui sướng khi giải quyết được vấn đề khó khăn hay phát hiện ra điều gì quan trọng.

Sáng tạo là công việc gian khổ nhưng đáng để bỏ công sức. Như lời Einstein nói, đó là trải nghiệm đẹp và cơ bản nhất của con

người. Cùng đọc lại câu chuyện của Archimedes và tìm ra ý tưởng sáng tạo theo cách của bạn.

Lực đẩy Archimedes

Một hôm Quốc vương xứ Hy Lạp muốn làm một chiếc vương miện mới và thật đẹp. Vua cho gọi người thợ kim hoàn tới, đưa cho anh ta một thỏi vàng óng ánh, yêu cầu anh ta phải làm nhanh cho vua chiếc vương miện.

Không lâu sau vương miện đã được làm xong, rất đẹp và rất tinh vi. Quốc vương rất hài lòng và đội lên đi đi lại lại trước mặt các đại thần. Lúc đó có tiếng thì thầm: “Vương miện của bệ hạ đẹp quá nhưng không biết có đúng đều là vàng thật không?” Quốc vương nghe xong liền cho gọi người thợ kim hoàn tới và hỏi: “Chiếc vương miện người làm cho ta có đúng là toàn bằng vàng không?”

Người thợ kim hoàn bỗng đỏ mặt, cúi xuống thưa với nhà vua rằng: “Thưa bệ hạ tôn kính, số vàng Người đưa con đã dùng hết, vừa đủ không thừa cũng không thiếu, nếu không tin bệ hạ cho cân lại thử xem có đúng nặng bằng thỏi vàng Người đưa cho con không ạ.”

Các đại thần đem vương miện ra cân thử, quả là không thiếu, nhà vua đành phải thả người thợ kim hoàn về. Nhưng nhà vua biết rằng lời nói của người thợ kim hoàn ấy khó có thể tin được vì anh ta có thể dùng bạc để thay vàng với trọng lượng tương đương mà nhìn bề ngoài không thể phát hiện ra được.

Quốc vương buồn phiền đem chuyện này nói với Archimedes. Archimedes liền nói với Quốc vương: “Đây quả là bài toán khó, thần xin giúp Người làm rõ chuyện này.”

Về đến nhà, Archimedes cân lại vương miện cùng thỏi vàng, đúng là trọng lượng bằng nhau. Ông đặt chiếc vương miện lên bàn ngắm nghía và suy nghĩ đến mức người phục vụ gọi dùng bữa mà không hay biết.

Ông nghĩ: “Vương miện nặng đúng bằng thỏi vàng, nhưng bạc lại nhẹ hơn vàng, nếu như trong vương miện có trộn lượng bạc nặng đúng bằng lượng vàng lấy ra, thì chiếc vương miện này phải lớn hơn chiếc vương miện làm hoàn toàn bằng vàng. Làm thế nào để biết được thể tích của chiếc vương miện này và thể

tích của chiếc vương miện làm toàn bằng vàng cái nào lớn, cái nào nhỏ? Chẳng lẽ phải làm một chiếc nữa, như vậy thì thật tốn công tốn sức.” Archimedes lại nghĩ: “Đương nhiên có thể nấu lại chiếc vương miện này và đúc thành vàng thỏi để xem nó còn to bằng thỏi vàng cũ không, nhưng như vậy chắc chắn nhà vua không đồng ý, tốt nhất là phải nghĩ ra cách gì khác để so sánh thể tích của chúng. Nhưng cách gì đây?”

Archimedes trầm lặng suy tư, ông vắt óc suy nghĩ mãi mà vẫn chưa tìm ra cách. Ông thường lặng lẽ ngồi cả buổi, mọi người nói ông “đang bí”.

Một hôm Archimedes đi tắm, vì mãi suy nghĩ, ông để nước chảy đầy bồn tắm, sắp tràn cả ra ngoài. Ông bước vào bồn tắm, nước tràn ra ngoài, ông càng chìm người vào bể nhiều thì nước càng tràn ra ngoài nhiều. Archimedes như bừng tỉnh, mắt bỗng sáng lên, ông nhìn nước tràn ra ngoài bể và nghĩ rằng: Số nước tràn ra có thể bằng với thể tích phần cơ thể của ông chiếm trong bể nước không? Ông vui mừng cho đầy nước vào bồn tắm và lại bước vào bồn, sau đó lại làm lại một lần nữa. Đột nhiên, ông bỗng chạy ra ngoài vỗ tay reo lên: “Tôi đã phát hiện ra rồi, phát hiện ra rồi!” mà quên cả mặc quần áo.

Ngày thứ hai, Archimedes đã làm thực nghiệm trước mặt Quốc vương và các đại thần và có cả người thợ kim hoàn để mọi người cùng xem. Ông thả vương miện và thỏi vàng cùng trọng lượng vào hai dụng cụ đựng nước có thể tích bằng nhau được chứa đầy nước, sau đó thu nước tràn ra vào hai bình đựng. Kết quả cho thấy nước ở bên vương miện tràn ra nhiều hơn bên thả thỏi vàng rất nhiều.

Archimedes nói: “Mọi người đều đã nhìn thấy. Rõ ràng là vương miện chiếm chỗ ở trong nước nhiều hơn so với thỏi vàng, nếu như vương miện đều là vàng thì lượng nước tràn ra ở hai bên sẽ bằng nhau, cũng tức là thể tích của chúng bằng nhau.”

Người thợ kim hoàn không còn gì để thanh minh được nữa, Quốc vương bực tức trừng phạt anh ta. Nhưng cũng rất rui vì Archimedes đã giúp vua giải được bài toán khó này.

Bài tập vui

Giải quyết vấn đề trong cuộc sống

Dưới đây là những vấn đề có thật trong cuộc sống đã được giải quyết thành công một cách khéo léo và tài tình. Các giải pháp đều rất đơn giản và rõ ràng.

Hãy áp dụng các bước sáng tạo để giải quyết tình huống.

Bài tập 1. Dầu gội đầu và khăn tắm

Một câu lạc bộ xã hội bị mất những chiếc khăn tắm và dầu gội đầu trong phòng tắm. Không kiểm tra túi xách các thành viên, bạn sẽ giải quyết vấn đề này thế nào mà không làm phiền bất kỳ ai.

Bài tập 2. Người đưa thư và con chó

Một người đưa thư phải chuyển thư đến ngôi nhà gỗ rộng lớn có một con chó rất dữ tợn gác cổng. Chỉ có một cách để giao thư là đi dọc con đường từ cổng tới cửa trước của ngôi nhà. Con chó bị xích ở một cái cây và dây xích đủ dài để nó với tới được bất kỳ ai đi ngang qua nó. Hàng rào dây xích bao quanh ngôi nhà. Bạn nghĩ người đưa thư có thể an toàn đi qua con chó được không và bằng cách nào?

5. Phát triển ý tưởng

Sau khi khám phá ra điều gì đó, bạn sẽ làm gì tiếp theo?

Phát triển là hành động biến ý tưởng trở nên hữu dụng, thiết thực và tốt nhất là đem lại lợi nhuận. Nghĩ ra được ý tưởng mới chỉ là bước đầu, phát triển ý tưởng để thành sản phẩm thực mới là điều khó khăn và cần nhiều công sức nhất. Ai cũng có thể có ý tưởng, nhưng không phải ai cũng biến ý tưởng thành hiện thực được.

Để làm được điều này, bạn luôn cần đến sự giúp đỡ của người khác. Bạn không thể “đơn thương độc mã” thực hiện cả quá trình. Bạn cần sự trợ giúp của những người có chuyên môn trong nhiều lĩnh vực, như khâu sản xuất, marketing, tài chính và bán hàng,... Như trong trường hợp của Bette Nesmith, người phát minh ra bút xóa, bà đã nhận được sự giúp đỡ của nhà hóa học để có được công thức đúng và hỏi ý kiến của chuyên gia marketing để đặt tên cho sản phẩm cũng như đóng gói sản phẩm trông thật bắt mắt.

Câu chuyện sáng tạo về chiếc tã giấy của Marion sẽ giúp bạn hình dung cụ thể hơn về vấn đề này.

Chiếc tã giấy tiện dụng

Trước đây, các bà mẹ sau khi sinh con nhỏ vẫn phải xoay xở cả ngày với công việc thay, giặt giũ, phơi phóng,... tã lót, quần áo và nệm giường. Đó quả là một gánh nặng và làm tiêu tốn không ít thời gian và công sức. Chưa kể đến chuyện các em bé không thể ngủ tròn giấc vì khó chịu với chiếc tã ướt nhẹp.

Marion Donovan sinh sống tại Connecticut cảm thấy gánh nặng đó ngày một lớn hơn sau khi chị sinh đứa con thứ hai. Với bản tính tò mò, ham sáng tạo, chị Marion vắt óc suy nghĩ cách cải thiện tình hình thay vì ngồi than phiền hay vắt kiệt sức lực của mình. Nếu vấn đề là do chiếc tã, thì hãy bắt đầu từ chiếc tã.

Marion nảy ra ý nghĩ: “Giá có loại tã dùng một lần thì hay biết bao nhiêu!”.

Vào một đêm mất ngủ năm 1946, chị đã quyết tâm biến ý tưởng đó thành hiện thực. Ngồi bên chiếc máy may, chị dùng một mảnh màn tắm để may thử chiếc tã đầu tiên.

Nhiều ngày sau, Marion kiên trì hoàn thiện ý tưởng của mình: chị may chiếc tã theo hình dạng một cái quần nhỏ để em bé dễ dàng mặc vào và chị cũng tìm các loại vật liệu khác nhau để làm sao chiếc tã vừa thấm hút tốt, lại vừa mềm mại, nhẹ nhàng khi tiếp xúc với làn da của em bé; các lớp tã cũng phải đảm bảo sao cho quần áo bên ngoài và giường đệm không dễ dàng bị ướt hay bị bẩn.

Cuối cùng, khi đã khá hài lòng với sản phẩm của mình, Marion đặt tên cho chiếc tã là “Chiếc thuyền”, với ý nghĩa chiếc tã này sẽ giúp các em bé luôn được khô ráo và sạch sẽ, như chiếc thuyền chở các bé đi chơi trên mặt biển mà chẳng bé nào bị ướt! Tã giấy (hay còn gọi là bỉm) đã ra đời một cách thú vị như vậy.

Mãi đến năm 1949, “Chiếc thuyền” mới được công nhận một cách rộng rãi. Hai năm sau, sản phẩm này được cấp bằng sáng chế và tên của bà mẹ Marion Donovan được ghi dấu trong lịch sử từ đó.

Sau đó, chị đã bán phát minh cho tập đoàn Keko. Chẳng bao lâu sau, tã giấy dùng một lần được sản xuất một cách rộng rãi và

ngành công nghiệp sản xuất tã giấy liên tục phát triển.

Bài tập vui

Phải đảm bảo rằng ý tưởng được truyền tải thành công trong quá trình phát triển. Điều khó khăn nhất của phát triển ý tưởng có lẽ là thuyết phục người khác mua sản phẩm của bạn. Đây là lúc cần đến tài marketing. Nếu đã có ý tưởng, bạn làm thế nào để phát triển một chiến dịch marketing? Hãy soạn kế hoạch cho những tình huống dưới đây:

Bài tập 1. Ưu thế của kẻ nhỏ bé

Ai cũng biết đi tàu là chậm và kém hiện đại hơn máy bay rất nhiều. Tuy nhiên, tàu có hai lợi thế là: giá thành rẻ và cảnh quan mà hành khách có thể quan sát được trong suốt chuyến đi. Bạn làm thế nào để sáng tạo nên một chiến dịch quảng cáo thuyết phục mọi người chú tâm hơn tới hai ưu điểm đó?

Bài tập 2. Tận dụng cơ hội

Năm 1986, British Airways tiến hành một đợt quảng cáo lớn ở Mỹ bằng việc trao 5200 vé bay đến Luân Đôn cho những chuyến bay vào ngày 10 tháng Năm. Virgin Atlantic Airways quyết định lợi dụng sự quảng cáo của British Airways để quảng bá dịch vụ của mình. Nếu bạn là Virgin Atlantic Airways, bạn sẽ làm gì?

Bài tập 3. Vác trên lưng người khổng lồ

Tại hội chợ sách quốc tế Frankfurt, một nhà xuất bản nhỏ chuyên về sách thiếu nhi thuê một gian hàng để quảng bá sách của mình. Vấn đề ở đây là gian hàng của họ lại nhỏ bé so với 20 gian hàng khác cùng dãy. Điểm bất lợi khác là gian hàng này nằm ở giữa dãy. Tuy vậy, người ta vẫn làm cho nó nổi bật và thu hút các em nhỏ mà không phải bỏ ra nhiều công sức và chi phí. Họ đã làm thế nào?

III. Những kỹ thuật sáng tạo căn bản:



Sáng tạo là suy nghĩ một cách hiệu quả hơn.

— PIERRE REVERDY

Nếu bạn được đưa tờ giấy có dòng kẻ, hãy viết lên mặt còn lại.

— WILLIAM CARLOS WILLIAMS

Có rất nhiều ý tưởng lộn lờ trong đầu tôi, trong đó có nhiều cặp ý tưởng có thể kết hợp được với nhau thành những cuộc hành trình thú vị nhất.

— GEORG CHRISTOPH LICHTENBERG

1. Kỹ thuật sáng tạo

Động não (brain storming)

Trước mỗi vấn đề, bạn nghĩ ra bao nhiêu ý tưởng? Có người vừa lòng với một ý tưởng duy nhất, nhưng có người lại cố tìm kiếm nhiều ý tưởng khác nhau.

Bí quyết là: bỏ qua giới hạn, bắt não hoạt động hết công suất, rồi bạn sẽ ngạc nhiên trước sức sáng tạo của chính mình.

Khi sử dụng kỹ thuật động não, hãy chuẩn bị một cây bút và giấy trắng để bạn và nhóm viết ra tất cả suy nghĩ. Càng nhiều người tham gia thảo luận, càng có cơ hội nhiều ý tưởng nảy sinh. Mà chỉ mất một thời gian ngắn.

Đừng ép mình chỉ viết ra ý tưởng tốt. Cứ viết suy nghĩ thoáng qua trong đầu cũng được.

Đừng bận tâm xem mình có trình bày đẹp hay không, cứ vẽ ra nếu bạn thích, thật nhanh chóng, để suy nghĩ liên tục chảy tràn.

Đừng chỉ nghĩ đến một thứ. Hãy nghĩ đến mọi thứ có liên quan.

Cứ viết và đừng dừng bút để suy nghĩ. Nếu bạn dừng hơn 10 giây, bạn đang tập trung quá nhiều vào một ý tưởng. Hãy lập tức bỏ qua một bên và quay sang những thứ liên quan khác, ta sẽ quay lại với nó sau.

Mục đích của quá trình này không phải là tìm được chính xác một ý tưởng hoàn thiện mà là đưa ra được càng nhiều ý tưởng càng tốt. Thật ngớ ngẩn khi e ngại chính suy nghĩ của mình.

Bạn nghĩ xây một ngôi nhà không cần tới mái là ý nghĩ ngớ ngẩn sao? Vậy mà người ta đã làm được điều đó đấy!

Không có ý tưởng thì không có kết quả.

Sử dụng kỹ thuật động não khi làm việc nhóm

Đừng phê bình

Phê bình một ý tưởng là cấm đoán nó hoàn toàn.

Đừng đánh giá

Đừng bao giờ đánh giá ý tưởng trong suốt quá trình hình thành ý tưởng. Hãy khích lệ người trong nhóm nói ra bất kỳ điều gì có trong đầu họ. Trong trường hợp này, càng điên rồ càng tốt.

Số lượng ý tưởng

Động não cốt yếu là có càng nhiều ý tưởng càng tốt. Lúc này số lượng quan trọng hơn chất lượng.

Thúc đẩy

Những người tham gia cảm thấy được khích lệ hơn trước những ý tưởng mới bột phát nhằm phối hợp và điều chỉnh chúng.

Đừng khẳng định cho rằng ý tưởng của mình đúng. Hãy tham khảo ý tưởng của cả nhóm.

Trong quá trình động não, một ý tưởng không phải chỉ của riêng ai, nó là sản phẩm của cả nhóm.

Ngoài ra, quy trình dưới đây sẽ giúp bạn tổ chức động não thành công.

- Đừng lấp đặt bất kỳ thiết bị quan sát hay nghe-nhìn nào. Điều này rất quan trọng, bởi nó khiến những người tham gia cảm thấy thoải mái đưa ra những ý tưởng điên rồ, thay vì bị biến thành những kẻ ngốc.

- Mọi ý tưởng đều được liệt kê để dễ dàng tham khảo. Chúng cần để mọi thành viên có thể thấy và tham chiếu chéo, kết hợp hay điều chỉnh.

- Nếu cần, danh sách ý tưởng cần được phân phát tới các thành viên vào cuối buổi để họ có thể xem lại và nghiên cứu thêm.

- Cần có một nhóm trưởng để điều hành buổi họp và một người ghi lại ý tưởng.

Trong buổi động não, những người tham gia được khuyến khích sử dụng não phải (điều khiển suy nghĩ sáng tạo) hơn là phần não trái (suy nghĩ logic). Một buổi động não thành công là có phần ý tưởng điên rồ nhiều hơn phần ý tưởng logic. Nói chung, những ý tưởng điên rồ thực ra không phải không hữu ích.

Chúng góp phần sản sinh ra những ý tưởng mới mẻ, thiết thực.

Các bước động não

Chuẩn bị

Bước này cốt yếu là để dẫn mọi người vào một chiếc khung tư duy điên rồ. Thường thì nó kéo dài từ 5 đến 10 phút. Chủ đề được chọn không nhất thiết phải có liên quan với vấn đề trọng tâm, nhưng tốt nhất nên chọn một chủ đề hài hước, vui nhộn. Chẳng hạn như liệt kê tất cả công dụng của một chiếc cốc.

Nhắc lại vấn đề

Những người tham gia được yêu cầu nhắc lại vấn đề theo nhiều cách khác nhau. Thông thường, khi hỏi đúng câu hỏi đồng nghĩa với việc đã đi được một nửa chặng đường tìm giải pháp cho vấn đề đó rồi.

Động não

Như đã nói ở trên, đây cũng chính là phần trọng tâm của buổi động não.

Tìm hiểu thêm

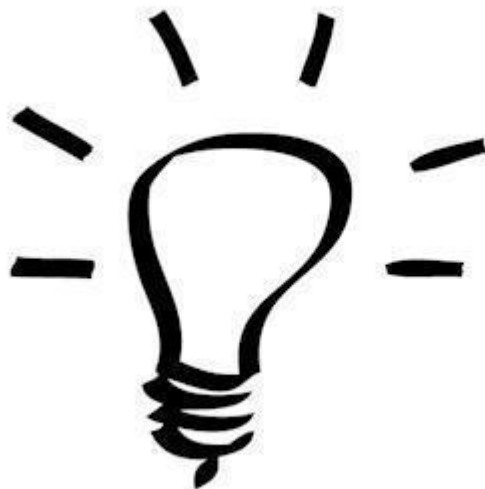
Đây là khoảng thời gian xả hơi giữa hai bước thu thập và đánh giá ý tưởng. Có thể là một quãng nghỉ giải lao ngắn hoặc một đợt nghỉ kéo dài, có thể là vài ngày hay vài tuần tùy thuộc vào độ phức tạp của vấn đề. Thường thì ý tưởng sẽ được ghi lại và được phát đến từng thành viên để họ xem qua.

Đánh giá

Đây là lúc các ý tưởng được lồng ghép, kết nối lại với nhau để cho ra đời những ý tưởng hữu ích và thiết thực. Nói cách khác, đây chính là giai đoạn “Eureka” trong quá trình sáng tạo.

Kế hoạch triển khai

Khi đã có những giải pháp tối ưu, cần phải có một kế hoạch và chiến lược triển khai sao cho phù hợp.



Sau đây là những câu chuyện thú vị về cách vận dụng cụ thể của phương pháp động não để cho ra những ý tưởng độc đáo.

Câu chuyện về đôi giày mắt bò

Một nhà sản xuất giày dép thực hiện một bài tập động não nhằm thu thập ý tưởng để phát triển dòng sản phẩm giày mới. Đầu tiên, vấn đề được đặt ra là cần phải lưu tâm đến loại giày nào. Giày thời trang cho nữ giới, giày da cho nam giới hay giày thể thao? Sau khi xem xét nhiều ý kiến khác nhau, họ đi đến kết luận là cần phải tập trung vào nhóm giày đi bộ với những tính năng đặc biệt.

Rất nhiều ý tưởng đã được đưa ra. Một số cho rằng nên gắn cuộn lò xo vào đế giày, một số khác lại gợi ý nên sản xuất loại giày có thể lắp ráp và tùy ý thay được các bộ phận hay những đôi giày màu pastel,... Cuối cùng, ý tưởng ngớ ngẩn và điên rồ nhất thuộc về một nhân viên bán hàng sống gần lò mổ.

Anh ấy cho rằng: “Tại sao chúng ta không thể khâu những đôi mắt bò có sẵn trong lò mổ gần đây vào mũi giày để chúng có thể nhìn được mọi vật khi đang di chuyển nhỉ?”

Mọi người cười lên vui vẻ và đồng ý rằng đó là ý tưởng điên rồ nhất trong buổi động não ngày hôm đó. Người quản lý công ty, đồng thời cũng là nhóm trưởng của buổi động não yêu cầu những người tham dự tập trung vào ý tưởng này trước giờ giải lao.

Sau giờ giải lao là phần đánh giá. Đó là lúc xem xét những mặt thiết thực của ý tưởng. Một hình thức minh họa ý tưởng bao gồm việc lắp ống kính quang học thay vì mắt bò, một ý khác cho rằng phải lắp một thiết bị hấp thụ chấn thương gắn liền đằng trước để hấp thụ lực tác động, hay ý tưởng khâu đôi mắt giả để trông đôi giày thật đặc biệt,...

Vào giữa buổi họp, có một người gợi ý rằng thay vì để đôi giày quan sát mọi nơi con người đi tới, tốt hơn là để người ta quan sát những nơi đôi giày đi qua. Ngay lập tức, một nhà thiết kế giày tham dự buổi họp liên hệ đôi giày với chiếc gương phản chiếu của xe máy và đề nghị gắn thêm sọc phản quang vào gót giày. Và gợi ý này đã được đưa vào phát triển thành sản phẩm.

Ngày nay, chúng ta thấy những đôi giày có sọc phát sáng trong bóng tối để mọi người có thể xác định được người đi bộ dễ dàng hơn. Phát minh này làm nảy sinh cả một ngành công nghiệp tập

trung vào những sọc phản quang trên quần áo, mũ bảo hiểm và pedal xe đạp.

Người ta không bao giờ biết trước được sẽ có những cơ hội kinh doanh mới mẻ nào được nảy sinh ra từ một ý tưởng điên rồ!

Câu chuyện về vết sơn loang trên tường

Một nhà máy sơn tổ chức buổi động não nhằm thu thập những ý tưởng cải tiến, giúp tăng doanh số bán hàng. Người ta phát hiện ra rằng phần lớn mọi người chỉ sơn lại chứ không sơn mới, bởi có rất ít tòa nhà mới được xây dựng. Vì thế, câu hỏi đặt ra cho buổi động não đó là: “Làm sao để khuyến khích những người chủ nhà sơn lại căn nhà của họ?”

Rất nhiều ý tưởng được đưa ra: khuyến mại đặc biệt, những chuyến du lịch nước ngoài miễn phí hay những cuộc thi vẽ sơn. Tuy vậy, ý tưởng điên rồ nhất lại đến từ một nhân viên thu ngân, đó là trộn sơn với bột thuốc nổ để thay vì quét những nhát sơn tẻ nhạt lên tường, ta sẽ châm lửa để sơn bắn lên trên tường!

Người quản lý nhà máy cho rằng đó là ý tưởng thú vị nhất, đáng phải xem xét thêm. Dựa vào đó, người ta tiến hành chuẩn bị trong một tuần để đưa ra một ứng dụng thực tế cho ý tưởng đó. Người quản lý chất lượng hóa học tìm ra mối liên hệ giữa vụ nổ sơn và ứng dụng của dung môi hóa học. Với vốn kiến thức hóa học của mình, người nhân viên đó đã đưa ra một giải pháp thiết thực.

Giải pháp cuối cùng là kết hợp hai loại dung môi với nhau. Loại dung môi đầu tiên được trộn vào thùng sơn. Loại dung môi còn lại được quét đè lên lớp sơn này khi nó đã khô. Phản ứng hóa học giữa hai loại dung môi khiến lớp sơn được trải đều dễ dàng lên tường. Người ta tổ chức một nghiên cứu chuyên sâu nhằm tìm ra cách kết hợp dung môi hoàn hảo nhất.

Cuối cùng thì, sản phẩm mới đã được công ty đưa ra thị trường với tên gọi là loại sơn đặc biệt. Phương pháp động não liên tiếp mang lại thành công!

Đốt cháy các cửa hàng cạnh tranh

Một cửa hàng bán đồ tạp hóa rơi vào tình trạng bế tắc vì xung quanh có nhiều siêu thị mọc lên nhan nhản. Chủ cửa hàng tổ

chức một buổi động não để tìm ra ý tưởng cải thiện doanh thu của cửa hàng.

Chủ cửa hàng, vợ anh và hai đứa con trai bắt đầu khám phá mức độ nghiêm trọng của vấn đề. Họ phải tìm cách chấm dứt cuộc ganh đua với các cửa hàng tạp hóa và các siêu thị kia.

Người vợ cho rằng nên tập trung vào một chủng loại hàng hóa với mức lợi nhuận cao. Người chồng tán thành ý kiến đó và họ sẽ chỉ bán đồ thực phẩm. Một trong hai đứa con trai lại cho rằng họ nên thử thức ăn bán sẵn. Người con trai còn lại liên kết giữa nấu ăn và lửa, và có ý tưởng điên rồ là đốt hết tất cả các cửa hàng đối thủ xung quanh.

Người chủ cửa hàng ngay lập tức liên hệ giữa ý tưởng điên rồ này với nhân viên bảo hiểm vừa mới ghé qua cửa hàng lúc nãy. Eureka! Ông chủ cửa hàng đã tìm ra lối thoát cho cả gia đình. Họ có thể lập công ty dịch vụ bảo hiểm chữa cháy. Họ bắt tay ngay vào công việc và nhanh chóng thành công, bởi lúc bấy giờ gần như không có một cửa hàng bảo hiểm chữa cháy nào quanh khu vực đó cả.

Đôi khi lối suy nghĩ phi logic hay điên rồ lại hữu ích trước khi có đánh giá hợp lý.

Bài tập vui



Những buổi động não nên được tổ chức trong bầu không khí vui vẻ, hài hước. Bởi trong không gian như vậy, mọi ước chế, áp lực

được tiêu tan và cho ra đời vô vàn ý tưởng mới mẻ. Các bạn hãy thử bài tập dưới đây xem sao!

Bài tập 1

Một công ty xuất khẩu lọ hoa gặp rắc rối với đội ngũ công nhân. Những công nhân này vì quá mải mê đọc những mẫu báo cũ, được dùng để gói lọ hoa, nên đã làm ảnh hưởng đến năng suất. Nếu bạn là ông chủ, bạn sẽ làm gì để chấm dứt tình trạng này?

Bài tập 2

Trong quá trình sản xuất, một nhà máy sản xuất bánh quy để vương vãi khá nhiều mẫu bánh quy vụn. Bạn có thể giúp người chủ nhà máy tìm cách tận dụng những mẫu vụn này, biến chúng thành một sản phẩm mới, mang lại lợi nhuận cho công ty hay không?

Bài tập 3

Một công ty điện thoại muốn tặng thưởng những khách hàng trung thành của mình một món quà đặc biệt. Với món quà đó, khách hàng sẽ nhớ đến công ty. Hãy cố gắng tìm ra những ý tưởng cải tiến cho món quà đó.

Bài tập 4

Một công ty sản xuất bột ngọt tổ chức một buổi động não nhằm tìm cách tăng doanh số bán hàng trong thị trường bão hòa. Bạn có thể giúp họ được không?

Bài tập 5

Cửa hàng bán gạch phía bên trái đang chuẩn bị cho đợt giảm giá cuối năm. Cũng tương tự như vậy, cửa hàng thời trang phía bên phải buôn bán khá phát đạt với đợt giảm giá mùa hè. Còn cửa hàng của bạn nằm giữa hai cửa hàng đó. Hãy tìm cách tăng doanh thu cho cửa hàng của mình.



2. Thúc đẩy những kết nối mới

Bản chất của sáng tạo là kết nối những điều tưởng chừng như không liên quan lại với nhau. Vì thế, thúc đẩy những kết nối mới là một phương pháp cực kỳ hiệu quả và quan trọng nhằm thúc đẩy trí sáng tạo.

Phương pháp này chủ yếu xoay quanh sự ngẫu nhiên. Hãy kết nối vấn đề của bạn với một yếu tố bất chợt nào đó. Trên thực tế, chúng ta có thể tạo ra vô vàn những mối liên hệ khác nhau.

Các phương pháp kết nối sáng tạo

Quan sát

Đây là công cụ tạo kết nối hiệu quả nhất. Bạn chỉ cần quan sát xung quanh, cố gắng liên kết những thứ có điểm tương tự nhau hay thậm chí là hoàn toàn chẳng có liên quan gì đến nhau.

Bằng sự quan sát của mình, Akio Maita, chuyên gia bán hàng và marketing cho công ty Bandai ở Nhật Bản đã tạo ra một vật nuôi nhân tạo có tên là *Tamagotchi*. Cô quan sát thấy giới trẻ Nhật Bản thích bấm điện thoại di động và máy nhắn tin trên đường phố Tokyo. Trong khi đó, một số khác lại nuôi thú cưng trong những căn hộ chật hẹp. Akio tạo kết nối giữa hai hiện tượng này và từ đó phát triển thành một con thú nuôi điện tử cầm tay. Đó là một thiết bị móc khóa nhỏ gọn hình trứng với ba nút có chức năng ăn, thư giãn, tắm và dọn dẹp phân thải của thú nuôi ảo hiện trên màn hình thiết bị.

Tên gọi *Tamagotchi* xuất phát từ một từ tiếng Nhật dùng để chỉ quả trứng và đồng hồ đeo tay.

Từ ngữ ngẫu nhiên

Với phương pháp này, hãy cố gắng liên hệ vấn đề của bạn với một từ ngẫu nhiên nào đó. Đó có thể là một từ bất kỳ trong một cuốn từ điển, sách, tạp chí hay một tờ báo.

Một người sản xuất bánh mì tại Nhật Bản đã liên hệ giữa bánh mì và từ “hộp”, kết hợp lại thành một sản phẩm mới khá ăn khách – bánh mì hộp!

Tuy nhiên, những mối kết nối ngẫu nhiên, đặc biệt là bằng ngôn từ không hề đơn giản. Mối liên kết trực tiếp giữa chúng rất hiếm. Thông thường, bạn phải tìm ra một loạt các mối liên hệ trước khi bắt gặp được mối kết nối mục tiêu của mình.

Giả sử bạn muốn thiết kế một con dao làm bếp mới và tìm thấy từ “đồng hồ treo tường” trong một tờ tạp chí. Từ đồng hồ treo tường, bạn có thể vạch ra một loạt các mối liên hệ như thời gian, pin, nhanh, chậm, chính xác, kỹ thuật số, cơ học, tròn, vuông, đen, xanh lá, bàn tay,... Nếu một trong những từ đó hợp thành một mối liên hệ thực tế, bạn có thể dừng lại. Còn nếu không, bạn vẫn phải tiếp tục tìm thêm từ, hoặc lựa chọn một trong những cách liên hệ các cụm từ mình mong muốn.

Chẳng hạn, bạn chọn từ “bàn tay”. Hãy tập trung vào tính chất của bàn tay. Bàn tay có thể được dùng để cầm nắm mọi vật, đeo nhẫn, chơi đàn, bắt tay, đấm,... Vậy là có một mối liên hệ giữa con dao và bàn tay cầm nắm mọi vật. Trong khi gọt, bạn cần giữ con dao bằng một tay, tay còn lại giữ lấy vật bạn cần gọt. Nếu không cẩn thận, bạn có thể cắt phải tay mình! Bạn có chắc chắn là ngón tay mình không bị dao cứa không?

Câu trả lời là bạn có thể. Găng tay dày có thể bảo vệ bạn. Nhưng nếu đôi găng tay đó cứng, liệu bạn có thể làm cho nó đủ dẻo dai để cử động ngón tay và nắm lấy vật cần gọt hay không? Sau khi suy nghĩ kỹ về vấn đề này, giải pháp đưa ra là làm một đôi găng tay bằng thép dưới dạng lưới. Trên thực tế, sản phẩm này đã có mặt trên thị trường. Nó đi lệch hẳn so với hướng ban đầu, đó là thiết kế ra một con dao đặc biệt. Để trở nên sáng tạo, bạn cần phải tận dụng những điều bất ngờ.

Các danh ngôn, trích dẫn

Trong trường hợp này, hãy cố gắng liên hệ vấn đề của bạn với một câu trích dẫn hay ngôn ngữ bất kỳ nào đó. Đó có thể là một câu trong sách, trong mẫu giấy trong cuốn sổ ghi chép của bạn. Giả sử bạn gặp rắc rối với chiếc cặp sách nặng mà bạn trẻ phải mang đến trường hàng ngày. Bạn bắt gặp dòng chữ “Một thiết bị tra tấn cơ học.”

Sự tra tấn gợi cho bạn nghĩ tới điều gì? Tất cả những vật dụng kinh khủng gây sát thương cho nạn nhân. Vậy thì bạn có thể làm hai việc sau. Đầu tiên là ngăn chặn không cho sự tra tấn xảy ra, hai là giảm nhẹ mức độ của sự tra tấn đó. Có một cách ngăn chặn sự tra tấn là khóa tất cả các công cụ tra tấn lại để nó không gây sát thương được nữa.

Suy nghĩ này làm nảy sinh ý tưởng khóa cặp sách trong tủ ở trường. Và giải pháp đưa ra đó là để cặp sách ở trường. Bài tập về nhà có thể hoàn thành ở trên lớp, còn học sinh chỉ việc mang về nhà những cuốn sách chúng cần đọc hay ôn lại mà thôi.

Đồ ăn

Rất nhiều sản phẩm tiêu dùng được tạo ra bằng cách liên kết ý tưởng với đồ ăn.

Vào những năm 1920, một công ty sản xuất hàng tiêu dùng đa quốc gia có tên là Procter & Gamble (P&G), muốn tạo ra một loại xà phòng mới.

Vick Mills – kiến trúc sư hóa học của công ty P&G liên kết giữa xà phòng và kem. Ông tự hỏi điều gì sẽ xảy ra nếu cho dung dịch xà phòng vào trong máy làm kem. Có lẽ chiếc máy sẽ làm cho dung dịch xà phòng đông lại thành bánh chẳng. Và loại xà phòng trơn đầu tiên trên thế giới đã ra đời khiến mọi trẻ em cực kỳ yêu thích.

Trên đây chỉ là bốn trong vô vàn những cách tạo mối dây liên kết. Ngoài ra, bạn cũng có thể vận dụng những phương pháp của bản thân mình. (Hãy sử dụng bất cứ phương pháp nào bạn thích, bởi không có phương pháp nào hoàn hảo cả). Nên nhớ rằng khi bế tắc, hãy bám vào những yếu tố cơ bản của sáng tạo (gồm năm bước). Giai đoạn chuẩn bị luôn luôn là cần thiết.

Dưới đây là những câu chuyện kết nối sáng tạo thú vị và độc đáo bạn có thể tham khảo để tìm ý tưởng cho riêng mình.

Trò đùa báo cháy giả

Công ty cứu hỏa Fire Brigade Station đang gặp phải một rắc rối nghiêm trọng. Họ nhận được quá nhiều cuộc gọi báo cháy giả quấy rầy và điều này làm cản trở công việc của họ. Qua điều tra, họ biết được phần lớn những cuộc gọi giả mạo đến từ những học sinh rồi việc, nghịch ngợm.

Fire Brigade đã cử người tới các trường học và cảnh báo về hành động nghịch ngợm của nhóm học sinh đó. Nhưng thật không may, lời cảnh báo đó chẳng hiệu quả như mong đợi.

Sau đó, giám đốc đã tổ chức một cuộc họp giữa các quản lý cấp cao để nối kết những cuộc gọi quấy rầy với từ “mời”.

Rất nhiều ý tưởng được đưa ra. Một trong số đó là mời Bộ trưởng Bộ Giáo dục phát biểu trên tivi và radio để ngăn chặn các cuộc gọi quấy rầy. Một gợi ý khác là mời cư dân khu vực tới dự buổi triển lãm về vấn đề phòng cháy chữa cháy. Giữa khá nhiều ý tưởng, có một lời gợi ý thu hút giám đốc hãng Fire, đó là mời những học sinh trong khu vực tới tham quan Fire Brigade Station và trả lời các cuộc điện thoại cứu hỏa khẩn cấp từ 911. Đề nghị này đã được thông qua và đưa vào thực hiện.

Kết quả thật đáng kinh ngạc. Số lượng những cuộc gọi quấy rầy giảm xuống gần đến mức con số 0. Sau này, người ta phát hiện ra rằng, từ việc hiểu về những rắc rối, nguy hiểm của những cuộc gọi chữa cháy giả mạo, các tình nguyện viên học sinh, đồng thời là những người quấy rầy đường dây 911 kia đã trở thành những người vận động, thuyết phục những học sinh khác trong trường không nên tiếp tục trò đùa ác ý đó nữa.

Ngày đặc biệt cho tài xế taxi

Giám đốc truyền thông của một công ty chủ trì một cuộc họp với mục đích thu thập ý tưởng có liên quan đến việc tổ chức buổi khai trương khu thương mại mua sắm mới trong thành phố. Ông ta quyết định sử dụng “phương pháp kết nối bắt buộc” để có được những ý tưởng tuyệt vời.

Trong buổi họp, mọi người mất vài phút để quyết định nên sử dụng loại hình kết nối bắt buộc nào. Một người cho rằng vì màu

sắc rất quan trọng trong trang trí, nên sử dụng nó để tạo những mối liên hệ bắt buộc. Ý tưởng này ngay lập tức được thông qua. Qua lựa chọn ngẫu nhiên, họ đã chọn màu vàng.

Một loạt các vật dụng có màu vàng được nói đến, bao gồm hoa, trái cây, quần áo, những tòa nhà. Khi cuộc thảo luận đang diễn ra, vị giám đốc nhìn ra ngoài cửa sổ. Ông để ý thấy có một hàng dài taxi có nóc màu vàng đậu trước khách sạn bên kia đường.

Tại sao lại không kết nối với những chiếc taxi nhỉ?

Cô gái ở quầy mỹ phẩm cho rằng những người lái taxi phải được mời tới dự buổi khai trương vì có thể họ sẽ chở người mua sắm tới đây. Tập trung vào ý tưởng đó, giám đốc marketing cho rằng nếu những người lái taxi được tới dự như những vị khách đặc biệt (VIP) thì buổi khai trương sẽ đi ngược lại với kế hoạch tổ chức trang trọng và thu hút giới truyền thông, chi phí còn có thể bị tăng lên nữa.

Mặc cho những người tham dự buổi họp lo lắng, giám đốc vẫn thích ý tưởng đó và quyết định tìm hiểu thêm. Cuối cùng, người ta chốt lại rằng sẽ không có vị khách nào khác ngoại trừ tất cả những người lái taxi trong thành phố. Sẽ có hình thức đãi ngộ riêng, giấy mời đặc biệt, phiếu giảm giá và tặng phẩm dành cho họ nữa.

Không những diễn ra suôn sẻ, sự kiện đó còn thu hút sự chú ý đặc biệt của giới truyền thông. Khu liên hợp mua sắm mới đó đã thành công. Nó là lựa chọn đầu tiên mà những người lái xe taxi giới thiệu với khách hàng của họ. Thật sự chẳng có một chiến dịch quảng cáo nào tuyệt vời hơn thế!

Chiến dịch khuyến mãi thuốc kỳ diệu

Để cho ra đời một sản phẩm đồ ăn mới tốt cho sức khỏe, người ta cần thu thập những ý tưởng mới. Đối tượng hướng đến của dòng sản phẩm này là các chuyên gia. Trưởng phòng marketing bắt đầu công việc từ rất sớm, với hy vọng không khí yên tĩnh của buổi sáng sớm sẽ khiến ông tạo ra được mối liên hệ giữa sản phẩm và các chuyên gia.

Trước bàn làm việc, ông viết danh sách vài chuyên gia mục tiêu: kỹ sư, giáo viên, các nhà khoa học, v.v... Dòng cuối cùng trong

danh sách dành cho các bác sĩ, bởi ông thấy rằng nhóm người này là cái đích khó nhắm nhất.

Sau khi đã quyết rằng bác sĩ khó có thể là khách hàng cho sản phẩm mới của công ty, ông tiến hành tạo một mối liên hệ bắt buộc. Ông vạch ra tất cả các đồ vật có liên quan đến bác sĩ: ống tiêm, ống nghe, nhiệt kế, thuốc, v.v... Ông cố gắng liên hệ từng vật dụng đó với sản phẩm, nhưng cuối cùng vẫn chẳng thể nào liên hệ được gì.

Trời dần sáng hơn. Các đồng nghiệp của ông có lẽ sắp bắt đầu giờ làm rồi. Ông nhìn chăm chăm vào chiếc đồng hồ đeo tay và nhớ ra đã đến giờ uống C sủi. Ông lấy viên C sủi và thả vào một cốc nước, ngắm nhìn hàng ngàn bọt khí nhỏ li ti từ đáy lên mặt cốc. Eureka! Ông đã tìm ra nó rồi!

Trong chiến dịch marketing, một viên thuốc với hình thức hấp dẫn sẽ được đi kèm với mỗi sản phẩm. Tất cả những gì mà người mua phải làm đó là thả viên thuốc đó vào trong một cốc nước và chờ cho đến khi viên thuốc đó tan thành những bong bóng nhỏ. Khi thuốc đã tan hết, một phiếu bằng nhựa sẽ nổi lên trên mặt nước. Chiếc phiếu này có ghi tên quà tặng trúng thưởng.

Sự mới lạ của chiến dịch khuyến mãi này khiến dư luận thấy khá thú vị, thậm chí nó còn được báo chí hết lời ca ngợi. Chẳng cần phải nói, đó là một thành công giòn giã và doanh thu của sản phẩm mới này đã vượt xa mong đợi của công ty.

Bài tập vui

Hãy cố gắng tạo ra những kết nối của riêng mình bằng cách giải quyết những tình huống sau.

Bài tập 1

Khu dành cho trẻ em của một bệnh viện có gấu bông dành cho các bệnh nhân nhí. Những chú gấu đã trở nên thân thuộc với các em bé đến nỗi một số em còn mang chúng về nhà khi rời viện. Bạn có thể giải quyết vấn đề này bằng cách nào mà không gây rắc rối cho nhân viên bệnh viện và cả lũ trẻ?

Bài tập 2

Vợ của ông Earl Dickson thường hay bị đứt tay hoặc bỏng khi làm bếp. Mỗi lần như vậy, ông lại phải cắt một mẫu vải xô và quấn quanh băng gạc. Dần dần, ông trở thành chuyên gia về

băng gạc. Thậm chí, ông còn đưa ra thị trường một loại băng gạc đặc biệt mà vợ ông có thể tự băng bó được, không cần đến sự trợ giúp của ông. Theo bạn, ông đã tạo ra sự kết nối nào?

Bài tập 3

Samuel Morse, người phát minh ra máy điện báo, từng tìm cách giữ cho tín hiệu điện báo duy trì khoảng cách. Nhưng dù có cố gắng đến mấy, tín hiệu vẫn bị giảm đi khi di chuyển từ đầu này sang đầu kia. Một ngày nọ, khi đang đi trên xe ngựa, ông nhận thấy rằng công ty xe ngựa Stagecoach thường xuyên dùng những con ngựa mới để giữ cho chiếc xe luôn chạy theo đúng lịch trình. Morse tạo ra một hệ thống mà cho đến ngày nay vẫn còn được sử dụng để giữ cho tín hiệu viễn thông ổn định, rõ ràng. Bạn có thể đoán ra hệ thống đó là gì không?

Bài tập 4

Một nhà leo núi không chuyên người Thụy Sĩ tên là George de Mestral dẫn chó đi leo núi. Khi quay về, quần áo ông bị dính đầy những bông hoa cỏ. George tự hỏi điều gì khiến chúng dính quá chặt vào quần áo như thế. Đặt một bông hoa dưới kính hiển vi, ông thấy mỗi bông cỏ đều có sợi tua hình cái móc, nhờ thế đã khiến chúng dễ dính chặt vào quần áo. Điều này khiến ông có một sự liên kết và phát minh ra một loại vật liệu được sử dụng rộng rãi. Geogre đã phát minh ra thứ gì vậy?



3. Phá vỡ các quy tắc

Hãy thách thức các quy tắc và cố gắng phá vỡ chúng. Mọi thứ luôn được hoàn thành theo một cách nhất định không có nghĩa là không có những cách khác tốt hơn. Trên thực tế, nhiều doanh nhân thành đạt bởi vì họ làm được những điều khác biệt. Các nhà sáng chế cho ra đời những ý tưởng độc đáo khi họ thách thức và đảo ngược những điều được cho là dĩ nhiên trong cuộc sống. Thực ra, thử thách lớn nhất của sự sáng tạo là khi **bạn cho rằng mình không sáng tạo.**

Các nhà sáng lập tập đoàn máy tính Apple, Steve Jobs và Stephen Wozniak đã cải cách nền công nghiệp máy tính khi họ đảo ngược gần như mọi thứ mà IBM đã từng làm và gần như lật đổ gã khổng lồ máy tính ấy.

Giáo sư Edward Jenner khám phá ra loại vắc-xin chữa bệnh đậu mùa khi ông tập trung nghiên cứu những người vắt sữa bò ít bị nhiễm bệnh đậu mùa thay vì tìm hiểu những người mang bệnh. Henry Ford phát minh ra dây chuyền lắp ráp khi ông thách thức giả định cho rằng mọi người phải di chuyển đến nơi làm việc của mình. Thay vào đó, ông giới thiệu hệ thống băng tải, mà trong đó phần việc sẽ được chuyển đến người phụ trách nó. Phát minh này mở ra kỷ nguyên của dây chuyền sản xuất hàng loạt. Có một huyền thoại về Alexander Đại đế, người đã chinh phục châu Á bằng việc phá vỡ các luật lệ. Khi Alexander tới xứ Gordium, ông được nghe kể về lời tiên tri về nút thắt Gordian Knot. Bất kỳ ai tháo gỡ được nút thắt Gordian đều sẽ trở thành “vị vua của châu Á”. Sau khi cố gắng trong vô vọng để gỡ nút thắt bằng tay, Alexander giờ thanh kiếm của mình lên và tách nút thắt làm hai mảnh. Ông đã tách được nút thắt bằng cách phá vỡ quy tắc và biến huyền thoại đó thành sự thực.

Cách phá vỡ các quy tắc

Phá vỡ các quy tắc một cách có chủ ý

Có thể phá vỡ các quy tắc một cách có chủ ý hoặc vô tình thông qua sự chối bỏ. Chúng ta có thể khai thác có hiệu quả cả kiến thức và sự chối bỏ để cho ra ý tưởng sáng tạo thiết thực. Kiến thức có thể giải quyết các vấn đề, nhưng đôi khi cần chối bỏ nó để đảm bảo một hướng đi đúng.

Hãy thử phương pháp cố ý phá vỡ các nguyên tắc. Để làm được điều này, bạn cần phải biết và hiểu luật chơi. Bạn cần vạch ra càng nhiều tính chất, tính năng của sản phẩm, dịch vụ hay hệ thống càng tốt. Sau đó, thử nghiệm lần lượt từng tính chất một và nghĩ ra những cách tiếp cận cho từng mục.

Ví dụ, các sở thú thường nhốt con vật trong chuồng. Một số loài còn được canh chừng để tránh bị xổng hay làm khách tham quan bị thương. Những vườn thú như vậy chỉ được mở vào ban ngày, khi những động vật hoạt động vào ban đêm đang ngủ. Nhưng vườn thú quốc gia Singapore lại không hoạt động theo phương thức đó. Họ có hẳn một vườn thú ban đêm có tên gọi Night Safari Zoo, nơi các loài động vật được thả tự do vào ban đêm, còn khách tham quan được cách ly bởi xe chạy động cơ để đảm bảo an toàn.

Phá vỡ các quy luật một cách vô tình

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng kiến thức ban đầu có thể là rào cản lớn nhất cho tư duy sáng tạo. Điều này đúng một phần đối với những người làm việc thiên về lý thuyết. Họ nhìn nhận vấn đề về kỹ thuật một cách rất có hệ thống. Trong tình huống đó, hãy chọn những người không làm trong lĩnh vực đó để thúc đẩy những cách tiếp cận mới bằng việc phá vỡ các quy luật một cách vô tình. Những người không biết về những điều đã được thừa nhận từ trước thường là những cá nhân tạo ra đột phá!

Một khách sạn dự định cải tiến, nâng cấp cơ sở hạ tầng. Một trong những thay đổi đó là lắp đặt thêm thang máy dạng hộp cho tòa nhà. Một nhóm kỹ sư, kiến trúc sư và các chuyên gia về thang máy khảo sát tòa nhà nhằm mục đích tìm điểm thích hợp nhất trên trần nhà tạo một cái lỗ xuyên qua để lắp đặt thang máy. Nhưng họ không thể tìm thấy một điểm như thế, vì trên trần nhà chỉ có những đường dẫn gas, đường điện, ống nước và ống dẫn nước thải.

Lúc đó, có một người gác cổng đang dọn dẹp. Anh ta cảm thấy bị làm phiền bởi cuộc thảo luận của các chuyên gia. Không thể chịu đựng được nữa, anh ta cất lời trách móc họ: “Chuyện khoan lỗ chẳng là vấn đề gì với các ông cả. Chính tôi mới là người phải đi dọn dẹp đồng bừa bộn đó. Tại sao các ông không dựng thang

máy ở bên ngoài, như thế khách hàng có thể quan sát được cảnh đẹp!” Ban đầu, nhóm chuyên gia khá bức tức với người nhân viên này, nhưng sau khi suy nghĩ lại, họ lại thấy biết ơn lời gợi ý của anh ta.

Ngày nay, chúng ta nhìn thấy những chiếc thang máy hộp bằng kính trong suốt bên ngoài những tòa nhà cao tầng và ngắm cảnh từ trong thang máy thì thật là tuyệt diệu! Tất cả là bởi sự thoái thác nhiệm vụ của người nhân viên gác cổng đó. Anh ta không hề biết ý tưởng này trước đó chưa từng đưa vào thực hiện.

Những người “thoái thác” có thể trở thành những người phá luật hay ho nhất! Vì thế, xin hãy mời những người không-phải-là-chuyên-gia tới dự buổi họp.

Những đứa trẻ là nguồn khơi gợi những ý tưởng tuyệt vời. Giáo sư Edwin Land phát minh ra máy ảnh polaroid sau khi cô con gái nhỏ của ông nói một cách ngây thơ rằng những bức ảnh phải được cho ra ngay sau khi vừa chụp xong.

Hãy cho phép trẻ em tham gia vào việc giải quyết vấn đề hay những buổi đóng góp ý tưởng. Bởi chúng sẽ kích thích sáng tạo tuyệt vời cho bạn.

Bạn có thể học được cách phá vỡ các quy tắc từ những ví dụ cụ thể và thú vị dưới đây.

IBM, Apple và Dell

Ngày nay, IBM là một trong nhiều công ty máy tính lớn trên thế giới. Nhưng vào những năm 1970, nó là công ty máy tính lớn và nổi tiếng nhất, thống soái ngành công nghiệp máy tính.

Các quy luật đã làm nên thành công của IBM, đồng thời chi phối hoạt động của ngành công nghiệp máy tính. Để đảm bảo những chiếc máy tính của hãng có chất lượng tốt nhất, IBM tự sản xuất, lắp ráp hầu hết tất cả các linh kiện. Hãng tự sản xuất ra bộ vi xử lý – phần cốt lõi của chiếc máy tính. IBM có hẳn một nhóm nhân viên chất lượng cao để viết và thiết kế phần mềm riêng cho mình. Đội ngũ nhân viên bán hàng được đào tạo bài bản và bán những chiếc máy tính đến tận tay người tiêu dùng. Để tránh bị ăn cắp các mẫu sản phẩm, IBM tạo ra một chính sách nghiêm ngặt về loại tem niêm phong trên bao bì máy tính. Cụ

thể, chỉ có những người được IBM ủy nhiệm mới có quyền bóc loại tem đặc biệt này, hoặc nếu không chiếc máy đó sẽ không còn giá trị bảo hành.

Hai người bỏ học đại học là Steve Jobs và Stephen Wozniak đã sản xuất ra những chiếc máy tính Apple đầu tiên trong gara. Vì không có nguồn nhân lực dồi dào như IBM, họ tự vận hành doanh nghiệp của mình bằng cách gần như phá vỡ tất cả các quy tắc đã làm nên thành công của IBM.

Apple không đủ khả năng tự sản xuất ra bộ vi xử lý, nên họ phải mua lại chúng từ các nhà sản xuất khác. Hãng cũng không có tiền thuê các chuyên gia phần mềm, mà phải ký hợp đồng sản xuất phần mềm với một hãng máy tính lớn hơn là Microsoft. Là một công ty rất nhỏ, thiếu hụt nhân lực bán hàng, hãng quyết định bán những chiếc máy tính của mình thông qua các cửa hàng bán lẻ trên khắp nước Mỹ. Nhân viên bán hàng – những người có hiểu biết hạn chế về máy tính đã bán máy tính như những vật dụng gia đình thông thường khác. Cuối cùng, để thu hút mở rộng thị trường của mình, Apple quyết định cho ra đời những chiếc máy tính có thể tháo lắp, thêm hoặc điều chỉnh bo mạch chủ.

Với cách tiếp cận mới mẻ, phá vỡ gần như tất cả các quy tắc vốn làm nên thành công cho IBM, Steve Jobs và Stephen Wozniak đã tạo nên một cuộc cách mạng cho nền công nghiệp máy tính. Một lần nữa, họ lại phá vỡ quy tắc bằng cách sản xuất ra những chiếc máy tính cá nhân với giá vừa phải thay vì tập trung vào giới doanh nhân như IBM.

Nhưng thời đại của Apple bắt đầu suy giảm khi hãng chỉ tập trung vào việc kinh doanh mà bỏ qua các ý tưởng. Sau đó, Steve Jobs trở lại với vai trò là Tổng giám đốc và vực dậy Apple. Sự trở lại của ông đánh dấu sức sáng tạo và phá vỡ các quy tắc vốn đã thống trị suốt một thời gian dài. Ông phá vỡ các quy tắc bằng cách giới thiệu những chiếc máy tính để bàn có vỏ mờ màu phấn và những chiếc máy tính xách tay iBook với hình thức bắt mắt, có kèm theo tay cầm.

Steve cũng phá vỡ các quy tắc trong việc bán các bài hát. Trước đây, muốn mua một bài hát có trong album (bản đĩa audio CD

hay băng), bạn phải mua cả album đó. Steve Jobs giới thiệu iTunes. iTunes là một cửa hàng ảo, bạn có thể mua từng bài hát đơn lẻ bằng cách tải về từ trên mạng. Ông cũng chế tạo ra những chiếc máy nghe nhạc iPod có chứa hàng ngàn bài hát với kích thước nhỏ hơn cả một bao thuốc lá! Chính điều này đã dẫn đến sự phát triển của hệ thống podcast, ở đó bất kỳ ai cũng có thể phát bài hát hay những thông tin khác qua mạng Internet mà không nhất thiết phải sở hữu cả một studio.

Michael Dell, người sáng lập ra hãng máy tính Dell, cũng là một người phá vỡ các quy tắc. Ông tạo ra các cửa hàng và đội ngũ nhân viên bán hàng riêng biệt, bán những chiếc máy tính tự lắp ráp qua mạng Internet. Không những vậy, ông còn phá vỡ quy tắc một lần nữa khi chỉ sản xuất những chiếc máy tính ngay sau khi chúng được bán. Việc phá vỡ quy tắc giúp Dell trở thành công ty sản xuất máy tính lớn nhất trên thế giới, vượt qua cả hãng Compaq.

Nhà hàng thay đổi bảng giá khi thực khách đang dùng bữa. Một nhà hàng nằm trong một sàn giao dịch chứng khoán lớn muốn tạo dựng hình ảnh riêng biệt cho mình. Họ đã thành công bằng cách áp dụng phương pháp phá vỡ quy tắc cho hầu hết hệ thống các nhà hàng của mình. Người chủ cửa hàng quyết định lên danh sách các đặc tính cần có của một nhà hàng chất lượng bao gồm những quy tắc thông thường và cả cách phá vỡ những quy tắc đó.

Để tạo dựng hình ảnh đặc trưng, chủ nhà hàng buộc phải phá vỡ các quy tắc. Cô muốn tạo ra một ngành kinh doanh mới mẻ.

Đặc tính	Những quy tắc thông thường	Những quy tắc đột phá
Giá cả	Cố định	Thay đổi linh hoạt

Thực đơn	Theo chuẩn cố định	Thay đổi
Đặt món	Do trưởng nhóm bồi bàn đảm nhiệm	Không có trưởng nhóm bồi bàn
Bầu không khí	Thoải mái	Hỗn loạn
Dịch vụ	Có tiền hoa hồng kèm theo	Không có tiền hoa hồng

Sau khi nghĩ nát óc về vấn đề này cả ngày mà vẫn không tìm ra lối thoát khả thi nào, cô đi xem một bộ phim để thư giãn đầu óc. Bộ phim đó nói về một cô điệp viên mật, thường thay đổi diện mạo của mình để có được thông tin mong muốn. Có khi cô gái đó mặc một chiếc áo phong rẻ tiền và quần jeans rách, có lúc lại rạng rỡ và kiêu kỳ với bộ váy dạ hội đắt tiền.

Xem được nửa bộ phim, đột nhiên trong đầu cô lóe lên một ý tưởng. Cô liên hệ giữa việc thay đổi quần áo, sàn giao dịch chứng khoán và giá cả!

Sau đó, cô đã mang lại danh tiếng và thành công cho nhà hàng bằng một hình ảnh rất riêng. Cụ thể, nhà hàng đó có những đặc tính như sau:

- Giá cả không cố định, mà thay đổi dựa trên số lần đặt món, giống như việc giao dịch chứng khoán vậy. Giá cả các món ăn có thể thay đổi bất kỳ lúc nào: trước, trong hoặc sau bữa ăn.
- Mọi thay đổi về giá cả được niêm yết trên một cái bảng lớn.
- Thực đơn được thay đổi hàng ngày để tăng sự thú vị và bất ngờ.
- Không khí trong nhà hàng lúc nào cũng vui nhộn, bởi thực khách không biết liệu họ có lựa chọn đúng giá của món mình đã đặt hay không.

Sắp xếp lại văn phòng

Một hãng quảng cáo Anh quốc tên là Howell Chaldecott Lury & Partners phá vỡ gần như tất cả các quy tắc trong việc sắp xếp lại văn phòng của công ty.

Mục đích của việc sắp xếp lại văn phòng là để thúc đẩy tính sáng tạo. Những quan niệm truyền thống về một văn phòng làm việc

giờ đây đã bị đảo lộn.

- Đội ngũ đại diện không có bàn làm việc riêng. Họ phải tận dụng những chiếc “bàn nóng” – những chiếc bàn di động có thể sử dụng bất kỳ lúc nào.

- Các cuộc họp trong công ty không sử dụng ghế. Như vậy, chúng sẽ kết thúc sớm hơn, tiết kiệm thời gian cho nhân viên.

- Kiến trúc văn phòng truyền thống được thay thế bằng những vật dụng có màu sáng để thúc đẩy sự sáng tạo.

- Những chiếc máy tính xách tay và điện thoại di động được thay bằng máy tính để bàn và điện thoại để bàn.

- Thay vì trang trí văn phòng bằng những chậu cây, hoa quả tươi sẽ được mang tới hàng ngày để nhân viên có thể ăn.

Công ty Oticon ở Đan Mạch chuyên sản xuất thiết bị trợ thính hàng đầu thế giới đã thay đổi toàn bộ văn phòng thành một tổ chức mà theo như lời của ông Lars Kolind - Chủ tịch Oticon, đó là ‘tổ chức dạng mì spaghetti’. Đó là một văn phòng không có trung tâm.

Bước đầu tiên là tổ chức buổi đầu giá toàn bộ đồ nội thất của công ty dành cho nhân viên. Kế tiếp, người ta gỡ những miếng giấy dán tường xuống. Thư ký bị cho nghỉ việc, còn các bản mô tả công việc được loại bỏ. Đồ dùng cá nhân của nhân viên được để trong những chiếc xe đẩy di động để dễ dàng di chuyển.

Nhờ đó, công ty trở thành tổ chức tự giác 100%. Trong đó đội ngũ nhân viên tự đề ra những đầu việc cần hoàn tất và tự tổ chức nhóm.

Kết quả của đợt sắp xếp lại văn phòng này là lợi nhuận của công ty tăng lên và lấy lại được thị phần đã mất.

Bạn thấy đấy, đôi khi phá vỡ các quy tắc một cách sáng tạo lại mang đến những hiệu quả không ngờ! Bạn cũng thử áp dụng vào chuyện công việc và học tập của mình xem!

Bài tập vui



Nhiều vấn đề tưởng như phải bó tay nhưng lại được giải quyết gọn bằng cách thách thức các quy tắc, điển hình là những vấn đề được liệt kê dưới đây. Tại sao chúng ta không thử phương pháp “phá vỡ các quy tắc” để giải quyết chúng nhỉ?

Bài tập 1. Cô con gái thông minh của người nông dân

Một người nông dân nghèo nợ chủ nhà một khoản khá lớn. Người chủ nhà chưa đòi khoản nợ bởi ông ta mê cô con gái xinh đẹp của người nông dân. Một ngày nọ, người nông dân đang đi dạo với cô con gái, người chủ nhà thấy rằng đây là cơ hội tuyệt vời cho ông ta. Trong tâm trạng hưng phấn cao độ, ông ta đến gặp họ với một cái túi vải nhỏ. Ông cúi xuống nhặt hai hòn sỏi, cô con gái đã để ý thấy cả hai viên đều màu đen. Chủ nhà đề nghị người nông dân: “Hôm nay tôi đang rất vui. Tôi có hai hòn sỏi đựng trong túi, một đen và một trắng. Nếu cô con gái xinh đẹp của ông lấy ra viên sỏi trắng, thì tất cả nợ nần sẽ được xóa sạch. Còn nếu chẳng may lấy ra viên sỏi đen, thì tất cả nợ nần sẽ được xóa sạch với điều kiện là ông phải gả con gái cho tôi.” Cô con gái đã làm thế nào để xóa nợ cho cha mà không phải lấy người chủ nhà?

Bài tập 2. Nhà xuất bản đặc biệt

Gần như tất cả số sách trong các hiệu sách đều nhắm tới nhóm người đọc thuộc giới trí thức. Một nhà xuất bản quyết định đi ngược lại xu hướng này, thậm chí sau này họ còn tạo dựng nên

cả một công ty xuất bản sách với quy mô đồ sộ, đáng giá hàng triệu đô. Cụ thể, họ đã thực hiện điều đó ra sao?

Bài tập 3. Các sản phẩm chăm sóc cơ thể đi ngược lại công nghệ hiện đại

Gần như tất cả các nhà sản xuất các sản phẩm chăm sóc cơ thể đều thừa nhận rằng họ sử dụng công nghệ khoa học hiện đại để chế tạo sản phẩm. Tuy vậy, một nữ doanh nhân lại coi thường những quy tắc đó và lập ra cả một mạng lưới các cửa hàng kinh doanh sản phẩm chăm sóc cơ thể trên nhiều quốc gia khác nhau. Hệ thống này sau đó đã gặt hái thành công. Nữ doanh nhân đó đã làm gì với doanh nghiệp của mình?

Bài tập 4. Những đôi giày không thoải mái, nặng và đắt đỏ
Trong khi các nhà sản xuất giày trên khắp thế giới cố gắng sản xuất ra những loại giày cực kỳ thoải mái, thì một công ty sản xuất giày Nhật Bản lại làm điều ngược lại.

Tập đoàn Asics cho ra thị trường những đôi giày không thoải mái, nặng và đắt tiền. Điển hình là loại giày Shape Walker với hình dạng làm tăng độ nặng nề lên đôi chân người sử dụng. Tuy vậy, những đôi giày đó lại rất được lòng người tiêu dùng. Theo bạn, lý do nào khiến mọi người chọn mua những đôi giày như vậy?

Bài tập 5. Những quyển catalog khác biệt

Theo bạn, tác dụng của những quyển catalog là gì? Hầu hết các công ty đều trưng bày sản phẩm của mình trong điều kiện ánh sáng tuyệt nhất có thể, gần như là hoàn hảo. Bạn có thể phá vỡ quy tắc này để tạo ra cuốn catalog khác biệt, thu hút nhiều khách hàng hơn không?

IV. Nuôi dưỡng sự sáng tạo



Những phát minh của tôi chẳng cái nào tình cờ mà có; chúng đều do công sức lao động cả.

— THOMAS EDISON

Cứ tiến lên và lập dị đi. Cứ tỏ ra mất trí và hỏi những câu ngô nghê về việc bạn đang làm.

— ROGER VON OECH

Hãy bỏ nhịp sống thường ngày và đi vào riêng thầm. Chắc chắn bạn sẽ tìm thấy điều bạn chưa bao giờ nhìn thấy.

— ALEXANDER GRAHAM BELL

1. Nuôi dưỡng sự sáng tạo cho con trẻ

Mọi đứa trẻ khi sinh ra đều được tạo hóa ban cho bộ óc sáng tạo. Món quà đặc biệt này có được phát triển hay không phụ thuộc phần lớn vào quỹ thời gian mà bố mẹ dành để trau dồi và khuyến khích con cái trải nghiệm.

Những phương pháp dưới đây là những thử nghiệm thành công mà nhiều bậc cha mẹ đã làm với con cái của mình. Đó không phải là những phương pháp được các chuyên gia tâm lý học trẻ em thử nghiệm hay đánh giá. Tuy nhiên, chúng thực sự rất hữu ích, và có thể là xuất phát điểm nếu bạn muốn khám phá thêm những phương pháp khác áp dụng cho con cái của mình.

Mỗi đứa trẻ là một cá nhân khác biệt, có những phẩm chất và tính cách khác nhau. Vì vậy, hãy mở rộng tâm hồn để đón nhận chúng. Hãy đặt mình vào vị trí người làm cha làm mẹ để quyết định xem liệu những phương pháp đó có phù hợp với con cái mình không. Nhìn chung, những hoạt động này phù hợp nhất với các bé lứa tuổi mầm non.

Cách nuôi dưỡng tâm hồn nghệ sĩ

Trẻ em thích khám phá màu sắc, hình khối và đường nét. Một cách tuyệt vời để khuyến khích các bé là dành một bức tường trong nhà để chúng có thể tự do thể hiện tài năng nghệ thuật của mình. Phương pháp này nghe có vẻ kỳ quặc, nhưng thực ra nó rất đơn giản. Nếu bức tường được sơn bóng, thì việc vệ sinh chẳng có gì khó khăn cả. Bạn có thể đưa bút sáp, chì màu, những chiếc bảng trắng và phải giải thích rõ ràng để lũ trẻ hiểu được rằng đây là bức tường duy nhất cho chúng viết hay vẽ lên.

Bạn **không** được tỏ ra hà khắc với cố gắng của lũ trẻ. Thế giới quan cũng như các kỹ năng của trẻ con khác xa người lớn.

Ví dụ như một con mèo có thể trông giống bất cứ thứ gì trừ hình dạng của con mèo. Hãy chấp nhận cách diễn giải bằng tranh của con trẻ. Nếu có bất kỳ gợi ý nào, thì bạn phải tỏ ra tích cực và khuyến khích, động viên chúng. Bạn có thể thể hiện sự hài lòng và tự hào của mình bằng việc khoe tác phẩm của lũ trẻ với họ hàng và bạn bè.

Có một cậu bé khi được giao bài tập vẽ phong cảnh một khu vườn đã tô tất cả mọi thứ màu tối và xám xịt lên bức vẽ. Điều này trái ngược hoàn toàn với mong đợi của giáo viên. Thầy giáo mặc định rằng những bông hoa đáng ra phải có màu sáng và rực rỡ và ông vô cùng thất vọng trước bức tranh của cậu bé. Ngay lập tức ông khiển trách cậu bé vì đã không thể vẽ được một bức tranh khu vườn rực rỡ đúng như mong đợi. Cậu bé giải thích rằng bức tranh này giống hệt khung cảnh khu vườn nhà cậu vào buổi tối, với không gian xám xịt và tẻ ngắt. Từ góc nhìn này, cậu bé hoàn toàn đúng. Không những vậy, làm những việc khác biệt có thể được coi là một biểu hiệu của óc sáng tạo.

Có một bà mẹ cấm cô con gái nhỏ của mình mang bút chì màu hay bút sáp ở trường mẫu giáo về nhà. Một ngày nọ, bà mẹ phát hiện ra mặt sau cánh cửa phòng kho đầy những hình vẽ của cô con gái. Chỉ đến khi đó, bà mới nhận ra mình đã hạn chế niềm vui sáng tạo của con như thế nào.

Phát huy trí tưởng tượng

Không nhất thiết phải cần đến những thứ đắt tiền mới có thể phát triển khả năng sáng tạo của trẻ. Trên thực tế, những phương pháp đơn giản và giá cả phải chăng lại có lợi thế lớn. Trẻ em thường thích chơi với những chiếc hộp gói quà hơn là với đồ chơi. Lũ trẻ có thể quần quanh chơi những chiếc hộp các-tông và những miếng xốp cả ngày không chán. Những vật dụng như vậy có thể biến thành tàu, robot, tàu ngầm, ô tô và gần như mọi thứ mà trẻ có thể tưởng tượng ra.

Xếp giấy origami

Origami là nghệ thuật gấp giấy, là trò chơi không tốn tiền bạc, giúp thúc đẩy óc sáng tạo của trẻ em. Một mẫu giấy có thể chốc lát biến thành thiên nga, máy bay, con tàu hay khủng long. Trò gấp giấy thành con vật và các hình khác có thể khơi gợi trí tưởng tượng của lũ trẻ. Một khi chúng đã tiếp thu được những nét căn bản của bộ môn nghệ thuật này, hãy để chúng một mình và tự do sáng tạo với origami.

Các khối gỗ, bộ xếp hình

Chơi với các mẫu gỗ mộc cũng là cách thúc đẩy tính sáng tạo của trẻ. Hãy bắt đầu với vài mẫu xếp hình đơn giản. Khi kỹ năng của

trẻ đã khá hơn, hãy thêm vào nhiều bộ xếp hình hay nhiều mẫu gỗ nữa.

Những bộ xếp hình là công cụ khá hiệu quả giúp khuyến khích tính sáng tạo của con trẻ. Ban đầu, chúng có thể lắp ghép theo những mẫu có sẵn của nhà sản xuất. Một khi đứa trẻ biết cách kết hợp các mẫu nhỏ lại với nhau, tốt hơn hết hãy để chúng tự do thể hiện ý tưởng của mình. Hãy khuyến khích chúng kết hợp các mẫu xếp hình khác nhau thành mẫu xếp hình mới. Có rất nhiều bậc cha mẹ lại bắt con cái mình phải tạo ra những “tuyệt tác”. Chính điều này càng khiến chúng chán ngán bộ xếp hình. Bạn có thể bày mẫu ra trong một khoảng thời gian ngắn để chúng cảm thấy tự tin hơn. Tuy nhiên, sau đó bạn sẽ phải cất những “tuyệt tác” ấy đi để lũ trẻ có thể tự do sáng tạo trong thế giới riêng của chúng.

Thậm chí, nếu bạn có thể mua nhiều bộ xếp hình và xáo trộn chúng lại với nhau thì còn tuyệt vời hơn nữa. Mặc dù việc hướng dẫn con trẻ chơi xếp hình là cần thiết, nhưng thật không hay nếu cứ cố gò ép chúng phải tuân theo các thao tác cụ thể, đặc biệt là khi chúng làm sai bản chỉ dẫn. Các em bé có thể thích thú với việc tự lắp ghép chung cư, sân vận động thể thao và những tòa nhà cao tầng từ những bộ xếp hình chỉ được thiết kế cho những căn nhà có cấu trúc đơn giản.

Đừng quá chần chừ

Rất nhiều bậc phụ huynh chú ý đến sự ngăn nắp, tươm tất. Tuy nhiên, nếu quá gọn gàng sẽ làm hạn chế tính sáng tạo của con trẻ trong giờ vui chơi của chúng. Vì thế, đừng quá nghiêm khắc khi lũ trẻ vứt đồ chơi lung tung. Ngay cả việc gom đồ chơi vào chỗ cũ cũng có thể biến thành một kiểu trò chơi. Đòi hỏi sự chần chừ quá mức có thể khiến lũ trẻ tránh xa đồ chơi, hoặc khiến chúng sợ hãi các cuốn sách. Thay vào đó, trẻ sẽ xem tivi nhiều hơn, bởi như vậy chúng sẽ chẳng phải thu dọn hay vứt đi thứ gì cả. Xem tivi nhiều lại không hề có lợi cho trẻ.

Trên đường đi

Nếu lái xe chở con trên đường, hãy hát cùng chúng. Với cách này, bạn không chỉ dạy dỗ con, mà còn mang lại cho mình cảm giác thư giãn, cho dù có gặp phải tắc đường đi chẳng nữa.

Hãy chơi trò chơi cùng với trẻ: chỉ vào những vật bạn băng qua trên đường, như những chiếc ô tô đủ màu, biển số, cây cối, tòa nhà, con vật và cả người qua đường nữa. Hãy biến chuyến đi thành cuộc hành trình thú vị.

Trong giờ ăn

Những bữa ăn cũng có thể biến thành trải nghiệm giáo dục. Hãy giải thích công dụng của các loại bát đĩa khác nhau và giá trị dinh dưỡng của từng món ăn. Hãy hỏi lũ trẻ và cũng đừng quên khuyến khích chúng hỏi lại bạn.

Khám phá khu vườn

Khu vườn là cả một thế giới kỳ diệu mà trẻ em có thể tự do sáng tạo, khám phá. Chúng có thể nhìn, ngửi, nghe, cảm nhận và nếu được chúng còn có thể nếm thử vị của trái cây và hoa tươi nữa. Tiếng chim hót, côn trùng và tiếng gió thổi vì vu mang đến cho lũ trẻ cả một cuộc khám phá đầy thú vị.

Hãy dành thời gian dẫn con cái của mình ra vườn hay công viên thường xuyên.

Đi siêu thị

Một buổi đi chơi siêu thị sẽ khiến lũ trẻ thích thú. Hãy để chúng cầm nắm những vật dụng nho nhỏ. Hàng loạt những bao bì đủ màu sắc và hình dạng có thể là một trải nghiệm thị giác tuyệt vời. Hãy để con trẻ tham gia vào các không gian đầy sắc màu xung quanh chúng.

Trò chuyện

Hãy trò chuyện với lũ trẻ càng nhiều càng tốt. Hãy lắng nghe những câu chuyện của chúng. Tôi thường dành nhiều thời gian vui chơi với cháu mình. Tôi cũng hay kể chuyện cho bé mỗi tối. Trong những câu chuyện đó, bé hóa thân thành những anh hùng. Tôi còn chủ định tạo ra những tình huống khó khăn và những vấn đề cho bé giải quyết. Những giải pháp ẩn tượng của con trẻ đôi lúc khiến bản thân tôi thấy ngạc nhiên.

Những câu chuyện kể

Trẻ em bao giờ cũng thích khám phá đời sống. Nếu nhà bạn có con nhỏ, bạn sẽ thường xuyên phải trả lời hàng trăm câu hỏi “vì sao”: Vì sao hươu cao cổ lại có cổ dài? Vì sao cua lại bò ngang? Vì sao mai rùa lại cứng?... Những khi như thế, đừng nói với con:

Bố/ Mẹ không biết hay trả lời đại khái, qua loa. Hãy kể chuyện cho con nghe! Tuyệt hơn nữa, bạn có thể khơi gợi các con sáng tạo ra những câu chuyện của riêng mình. Trong trường hợp rơi vào thế “bí”, hãy tìm đọc truyện cổ tích hay những câu chuyện thú vị và khuyến khích trí tưởng tượng của con. Lưu ý, bạn không nên sử dụng những cuốn sách minh họa quá rục rở, bởi hình ảnh có thể làm cho những chuyến phiêu lưu vào thế giới sáng tạo của trẻ kém phần diệu kỳ.

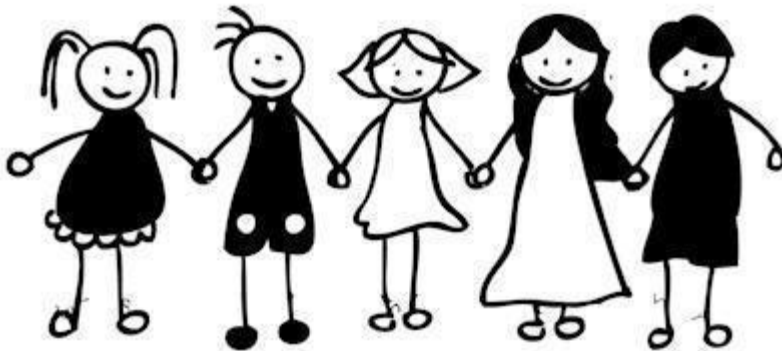
Yêu thương thật nhiều

Hãy nhớ rằng, trẻ em là món quà tuyệt vời nhất mà tạo hóa ban cho bạn. Để đáp lại, hãy nuôi dưỡng tình yêu thương, niềm hứng khởi sáng tạo và cả niềm vui học hỏi trong mỗi đứa trẻ, bởi đó là món quà giá trị nhất đối với chúng.

Bị bắt nạt là chuyện “cơm bữa” với nhiều đứa trẻ. Khi đối diện với tình huống bị bắt nạt, đứa trẻ sẽ phải tự mình tìm ra hướng giải quyết. Câu chuyện về cậu bé John là một ví dụ sinh động về cách con trẻ tư duy sáng tạo để tự giải quyết vấn đề.

Tìm cách để không bị bắt nạt

Một cậu bé tên là John liên tục bị Butch - một học sinh lớn hơn rất nhiều trong trường bắt nạt. Butch cấm John không được mách ai về chuyện này. John sợ hãi và không biết mình phải làm gì nữa. Cậu bé muốn kể cho giáo viên và ba mẹ nghe, nhưng cuối cùng lại quyết định im lặng. Bạn bè cậu cũng bị Butch bắt nạt. Butch dọa nếu tiết lộ chuyện này sẽ chỉ khiến mọi chuyện thêm tồi tệ mà thôi.



Sau bữa ăn, John đi ngủ sớm. Nhưng cậu trần trọc không thể ngủ được. Cậu nghĩ cách giải quyết vấn đề với Butch. Nhưng cậu chẳng tìm ra giải pháp nào cả. Rồi John thiếp đi. Trong giấc mơ, cậu thấy cảnh Butch đứng trước mặt mình ở trường. Butch, như thường lệ, vẫn luôn cúi kính. Thay vì để cho Butch đánh đập, hay chạy thoát như mọi khi, lần này John đứng hiên ngang không sợ hãi. Rồi tên to con Butch chạy biến đi!

Sáng hôm sau thức dậy, giấc mơ ấy vẫn khiến John không ngừng suy nghĩ. Cậu mãi mê suy nghĩ trên đường đi học. Càng nghĩ về chuyện đó, cậu càng quyết tâm phải chống trả lại Butch.

Trong giờ giải lao, sau khi ăn hết phần thức ăn của mình, Butch tìm John để trút giận. Nhưng lần này, John đã sẵn sàng. Khi Butch tới gần cậu, chỉ cách vài bước chân, John vạch một đường trên sân ngăn cách Butch khỏi cậu bé. Trước khi Butch hết ngớ ngàng, John thách hấn bước qua vạch!

Nhưng Butch không phải là người dễ dàng từ bỏ thách thức. Cậu ta nghi hoặc nhìn vào mắt John và bước qua vạch. Ngay sau khi tên to con vượt qua vạch, John nở nụ cười thật tươi và nói: “Giờ chúng ta ở cùng một phía rồi nhé”. Nhờ có trò này, cậu không chỉ biến tên bắt nạt thành bạn, mà còn là người bảo vệ cho cậu trong suốt những năm học ở trường.

Bài tập vui

Chơi với con trẻ

Khi chơi với con trẻ, bạn hãy thử đố các bé những câu hỏi như dưới đây. Chúc bạn và trẻ có những giờ phút vui vẻ!

Làm sao để đẩy chiếc tivi qua một cái lỗ nhỏ?

Cái gì càng giặt càng bẩn?

Làm sao để gói lửa vào một mẩu giấy?

Loài động vật nào lúc nào cũng ngồi?

Làm sao để đốt một que diêm dưới nước?

Làm sao để vút một quả bóng để nó đi càng xa càng tốt, dừng lại và quay lại với bạn?

Con gì có 4 chân khi còn nhỏ, 2 chân khi lớn và 3 chân khi già?

Con nai không có mắt được gọi là gì?

Có 10 quả cam trên bàn. Bạn lấy mất 2 quả. Hỏi bạn còn bao nhiêu quả?

Một chiếc cầu dài 6 kilomet có trọng tải tối đa 3 tấn. Một chiếc xe tải nặng đúng 3 tấn bắt đầu chuyến hành trình của mình từ đầu này sang đầu kia cây cầu. Khi đi được nửa đường, có một con chim bắt ngờ đậu trên chiếc xe tải. Hỏi liệu cầu có bị sập không?

2. Nuôi dưỡng sự sáng tạo cho chính mình

Ai trong chúng ta cũng có khả năng sáng tạo. Nhưng khi lớn lên, chúng ta thường quên mất hoặc đánh mất khả năng sáng tạo tự nhiên của mình. Tuy nhiên, nếu thực sự quyết tâm, chúng ta hoàn toàn có thể khôi phục lại năng lực đó.

Hãy thử làm những gì bạn thấy thoải mái, và trải nghiệm những điều khác nữa. Đừng quá sốt ruột mà vội vàng, hãy kiên nhẫn thử từng chút một. Bạn cần nhớ rằng thực ra không có một biện pháp nào là đúng hay sai cả. Kiên trì, rồi cuối cùng, bạn sẽ thấy yêu thích khám phá, tìm tòi mọi thứ xung quanh một cách tự nhiên nhất.

Phá vỡ các thói quen

Cuộc sống của chúng ta phần lớn bị chi phối bởi các thói quen. Hàng ngày, chúng ta đi làm vào cùng một khung giờ như nhau, đi trên một lộ trình cố định và có lẽ ngày nào cũng bị tắc đường vào đúng giờ đó nữa. Hãy thử thay đổi một trong những thói quen đó xem sao.

Thi thoảng, hãy thử thức dậy sớm và đi làm sớm hơn nửa giờ để tận hưởng thú vui chậm rãi lướt trên từng con phố. Hãy cố gắng quan sát nhiều hơn, bạn sẽ thấy những điều mà từ trước đến giờ mình từng bỏ lỡ, như một nhà hàng, một cửa hàng tạp hóa, một hàng bán hoa tươi rất đẹp mà bao năm nay bạn không hề biết. Một cách phá vỡ thói quen rất thú vị là đi làm trên những con đường khác nhau. Tất nhiên, nếu như vậy, bạn có thể bị lạc hay đi nhầm vào một ngõ cụt nào đó. Tuy nhiên, xét một cách tích cực, những sự cố đó lại có thể là một trải nghiệm hoàn toàn mới mẻ. Ví dụ, con đường có thể dài hơn, nhưng lại ít xe cộ qua lại và thế là bạn thoát khỏi nỗi khổ tắc kẹt trong hàng dài xe và khói bụi như thường lệ. Bạn cũng có thể quan sát những khung cảnh mới mà trước đây chưa có cơ hội nhìn ngắm. Nhưng hơn thế

nữa, lạc vào những con phố lạ mang lại cho bạn cảm giác phiêu lưu đầy thú vị.

Có vô vàn cách để phá vỡ thói quen, dưới đây là vài gợi ý thêm của chúng tôi:

Đọc một tờ tạp chí hay mục nào đó bạn chưa từng đọc;

Mua đồ tại một cửa hàng bạn chưa từng mua;

Chọn ngẫu nhiên một sự kiện để tham dự;

Đọc những cuốn sách không thuộc gu của bạn;

Ăn một món chưa bao giờ ăn;

Nghe những bài hát không thuộc gu âm nhạc của bạn.

Truyện tranh, truyện cười, câu đố, xếp hình

Truyện tranh, truyện cười, câu đố và xếp hình là những điều thú vị nhất khơi gợi óc sáng tạo và đem lại cảm giác sảng khoái và hào hứng. Những bộ truyện tranh trên các tờ nhật báo truyền tải những thông điệp thú vị về hành vi của con người, đôi khi nó cũng được bộc lộ khá hiệu quả bằng phương pháp lồng tính cách con người vào những con vật. Nói đến điều này, ngay lập tức tôi nhớ tới chú mèo tinh nghịch Garfield, chú chó Snoppy (Peanuts) và người đồng hành trung thành của Calvin, chú hổ Hobbes. Nhìn chung, những bộ truyện tranh và truyện cười này đều có điểm chung là chứa đựng một thông điệp nào đó. Chúng là những sản phẩm của óc sáng tạo và khơi gợi óc sáng tạo.

Xếp hình lại là một dạng sáng tạo khác. Chúng có thể khiến ta mải mê hàng giờ đồng hồ. Đó cũng là bài tập cực kỳ tốt cho tư duy, bởi chúng dạy ta cách nhìn nhận một vấn đề từ những khía cạnh khác nhau.

Đọc sách

Tôi cho rằng đọc là một cách tiếp thu kiến thức hiệu quả nhất và đó cũng là cách tận dụng quãng thời gian giữa những buổi hẹn và các công việc khác một cách thông minh nhất. Để có thể trở thành người sáng tạo, điều quan trọng là bạn nên đọc đa dạng các loại sách khác nhau càng nhiều càng tốt, chứ không chỉ đơn thuần bó hẹp phạm vi đọc trong những loại sách báo, tạp chí có liên quan đến ngành nghề của mình.

Tôi rất thích đọc báo, đặc biệt là những ngày cuối tuần. Đôi lúc lướt qua những tờ tạp chí không ưa thích cũng là một cách

khiến chúng ta thêm lưu tâm tới những điều mà nếu không để ý sẽ không biết được. Hiệu sách là một nơi lý tưởng sản sinh ra những ý tưởng cực kỳ thú vị.

Xem quảng cáo

Một đoạn quảng cáo tuy chỉ kéo dài 30 giây nhưng lại cần rất nhiều sáng tạo trong công đoạn sản xuất. Vì thế, chúng thực sự là những thước phim đáng xem và đội ngũ sản xuất cũng xứng đáng được ngưỡng mộ bởi công sức và tâm huyết mà họ bỏ ra. Vì thế, nếu lần tới bạn có xem một bộ phim hay chương trình tivi, hãy chú ý tới yếu tố sáng tạo trong các tác phẩm đó. Những câu khẩu hiệu cũng như những cách sử dụng từ đầy quyền rũ cũng là những sản phẩm sáng tạo thú vị.

Mang theo sổ ghi chép

Hãy luôn đem theo một cuốn sổ ghi chép hay một chiếc máy tính nhỏ gọn bên mình. Bạn không bao giờ biết khi nào mình cần ghi lại những ý tưởng bất chợt nảy ra trong đầu đâu. Bạn cũng nên ghi lại ý tưởng của những người khác khi đọc trong sách báo hay quan sát trong đời sống hàng ngày. Việc đó sẽ giúp bạn nhớ được nhiều ý tưởng. Dần dần, bạn sẽ có cả một kho ý tưởng để chọn lựa, kết nối lại với nhau khi cần. Để việc ghi chép và thu nhận thành công, bạn hãy luôn cởi mở, linh hoạt trước mọi quan điểm của người khác. Sẽ chẳng mất gì mà còn được thêm rất nhiều nếu bạn luôn sẵn sàng nhìn nhận sự vật, sự việc dưới nhiều góc độ khác nhau.

V. Khơi nguồn sáng tạo nơi bạn làm việc



Hãy khiến cho mọi người ở công ty thật vui vẻ. Hãy để tiếng cười xóa đi sự khô khan. Hãy khuyến khích sự phấn chấn.

— DAVID OGILVY

Thành công hay thất bại trong kinh doanh phụ thuộc nhiều vào thái độ chứ không phải năng lực.

— WALTER DILL SCOTT

1. Đề ra giải thưởng cho sự sáng tạo

Sự đón nhận là một trong những tác nhân có tính khích lệ mạnh nhất đối với bất kỳ cá nhân nào. Nhiều khi, những ý

tưởng tuyệt vời nhất thường đến từ những người làm việc bên ngoài văn phòng.

Một người công nhân đi ngang qua đường dây lắp ráp ô tô và có một vật kỳ lạ nào đó rơi vào anh ta. Đường dây này đã hoạt động được hơn một năm và có hàng trăm, hàng ngàn người đi ngang qua đây mà không hề nhận ra điều gì bất thường cả. Điều bất thường là toàn bộ đường dây lắp ráp tự động có rất nhiều bóng đèn cháy. Không giống như công nhân, rô-bốt không cần đến ánh sáng vẫn có thể hoạt động được. Người công nhân đó đã báo cáo điều này với ban quản lý và giúp công ty tiết kiệm hàng ngàn đô-la tiền điện mỗi tháng. Ngay sau đó, người công nhân này được ban giám đốc trao giải thưởng Ý tưởng xuất sắc nhất tháng.

Nhà khoa học đoạt giải Nobel Linus Pauling nói rằng để có một ý tưởng tốt, bạn phải có thật nhiều ý tưởng. Số lượng ý tưởng cực kỳ quan trọng, bởi chúng sẽ ít nhiều tương hỗ nhau, sau đó kết hợp lại thành những ý tưởng tuyệt vời và thiết thực. Do vậy, hãy khuyến khích dòng chảy ý tưởng bất tận – những ý tưởng càng điên rồ càng tuyệt vời. Chính chúng sẽ giúp phá vỡ lối tư duy cứng nhắc và lỗi thời. Hãy trao giải Ý tưởng xuất sắc nhất tháng mà không cần quan tâm đến tính ứng dụng của chúng là một cách khá hay nhằm khai thác triệt để nguồn ý tưởng dồi dào trong tổ chức của bạn.

2. Thúc đẩy tính sáng tạo trong đội ngũ nhân viên

Để thúc đẩy tính sáng tạo trong đội ngũ nhân viên, bạn phải biết khi nào những quy tắc tốt trở thành rào cản cho sự sáng tạo. Bạn cũng cần phải có tầm nhìn xa trông rộng và óc tưởng tượng để thử thách các cộng sự và nhân viên của mình. Các quy trình làm việc đang được áp dụng trong công ty biết đâu lại trở thành rào cản ngăn trở óc sáng tạo.

Trao quyền có thể là cách hiệu quả để thúc đẩy nhân viên sáng tạo. Jan Carlzon đã biến hãng hàng không SAS từ một tổ chức thua lỗ, cứng nhắc thành một công ty hết lòng vì khách hàng. Bí quyết của ông là ủy quyền cho nhân viên. Jan đặt ra thuật ngữ “Khoảnh khắc của Sự thật” để nhấn mạnh từng khoảnh khắc liên lạc giữa đội ngũ nhân viên của công ty với khách hàng. Họ

được khuyến khích giải quyết vấn đề ngay lập tức bằng cách sử dụng sự khéo léo của chính mình. Phương pháp trao quyền sáng tạo này đã giúp SAS lọt vào danh sách những hãng hàng không số một châu Âu.

3. Phản hồi tích cực và nhanh chóng với các đề xuất

Không ai muốn đề xuất của mình chìm ngấm trong các hòm thư góp ý. Sự phản hồi chậm trễ của người quản lý khiến nhân viên có cảm giác công ty không đoái hoài đến đóng góp của họ. Có một cách giải quyết là nhanh chóng phản hồi đề xuất của nhân viên. Hãy quy định khung thời gian phản hồi cụ thể thành nhiệm vụ của bộ phận quản lý. Nếu hết khoảng thời gian đó mà nhân viên không nhận được câu trả lời nào, điều đó đồng nghĩa với việc đề xuất đó sẽ được tự đưa vào thực hiện. Đưa ra những phản hồi nghiêm túc trở thành nhiệm vụ của nhà quản lý và điều này giúp nâng cao đáng kể độ tin nhiệm của họ với đội ngũ nhân viên, đồng thời, cũng kích thích sự sáng tạo của nhân viên trong công ty.

4. Coi trọng những ý tưởng từ bên ngoài

Mọi người có xu hướng chối bỏ hoặc xem thường các ý tưởng cải tiến từ bên ngoài hoặc từ những người bị xem là “không có chuyên môn” hay không hiểu biết gì về lĩnh vực đó cả, nhất là khi ý tưởng đó trái ngược với ý kiến của đội ngũ chuyên gia. Nhưng nếu muốn thành công, bạn buộc phải biết cách học hỏi và vận dụng các ý tưởng từ bên ngoài.

Công ty sản xuất máy photocopy đầu tiên trên thế giới, Rank Xerox, đã gặp rắc rối lớn khi các tập đoàn Nhật Bản như Canon có thể sản xuất và bán những cỗ máy với giá thành rẻ hơn nhiều so với Xerox. Doanh số bán hàng của Xerox sụt giảm nhanh chóng và chẳng còn cách nào khác, hãng phải tìm ra lối thoát cho mình. Trong buổi đấu thầu nhằm xoay chuyển tình hình, Xerox có đưa ra châm ngôn “chuẩn mực”. Về cơ bản, điều này đồng nghĩa với việc học hỏi những điểm tiến bộ nhất của các tổ chức khác. Chiến thuật “bắt chước” này đã giúp Xerox thoát khỏi bàn thua trông thấy và giúp hãng tiếp tục con đường phát triển của mình.

Sam Walton, nhà sáng lập ra chuỗi cửa hàng bán lẻ Wal-Mart lớn nhất nước Mỹ đã thành công nhờ tận dụng hiệu quả phương pháp sao chép những ý tưởng tuyệt vời nhất từ các cửa hàng khác. Ông nói: “Hầu hết mọi thứ tôi làm đều là do sao chép từ ai đó.”

Tập đoàn đa quốc gia Raychem công khai khuyến khích việc đánh cắp ý tưởng. Hãng có hai giải thưởng cho người sao chép ý tưởng và người cung cấp ý tưởng trong tổ chức. Giải thưởng đó được trao dưới dạng huân chương và giấy chứng nhận. Trong giấy chứng nhận ‘người đánh cắp ý tưởng’ có ghi: “Tôi đã đánh cắp ý tưởng của một ai đó và giờ tôi đang sử dụng nó.” Giấy chứng nhận cho người cung cấp ý tưởng có ghi: “Tôi có một ý tưởng tuyệt vời và đang sử dụng nó.”

5. Cân nhắc việc thực thi

Đôi khi một ý tưởng được thông qua trong buổi họp lại không phải là ý tưởng tốt, thậm chí có thể là ý tưởng bất khả thi và gây ra rắc rối sau này, nếu nó được những người có mặt trong buổi họp ủng hộ quá dễ dàng. Bởi rất có thể, buổi họp đó đang bị giới hạn trong lối suy nghĩ một chiều. Điều này khá chính xác nếu người đề xuất ý tưởng thuộc vị trí quản lý. Theo Robert Townsend trong cuốn sách *Down The Organization* (tạm dịch: Làm suy tàn tổ chức), nếu tất cả mọi người đều đồng ý quá dễ dàng với một ý tưởng là bởi ý tưởng đó là điều mà mọi người trong buổi họp muốn nghe. Ông trùm ngành thép Andrew Carnegie có đưa ra một chính sách, trong đó nếu tất cả mọi người đều đồng ý với một ý tưởng nào đó, ông sẽ dành một khoảng thời gian cân nhắc để kiểm tra lại ý tưởng đó. Qua đó, ông nhận thấy rằng, thường thì ý tưởng ban đầu suy cho cùng lại không phải là ý tưởng khả thi. Và giải pháp hiệu quả hơn là tìm kiếm phản hồi cho ý tưởng ban đầu đó.

6. Huấn luyện kỹ năng sáng tạo cho nhân viên

Các chuyên gia về sáng tạo như Edward de Bono tin rằng sáng tạo là một kỹ năng có thể đào tạo được. Trên thực tế, tất cả chúng ta đều có khả năng sáng tạo. Nhưng khi lớn lên và đi làm, chúng ta có xu hướng đáp ứng các chuẩn mực xã hội và quy định của công ty. Điều đó kìm nén óc sáng tạo. Tuy vậy, chúng ta

có thể dần khơi gợi óc sáng tạo của bản thân và nhân viên thông qua đào tạo. Có nhiều phương pháp cụ thể giúp cải thiện và phát huy óc sáng tạo. Chẳng hạn, chúng ta có thể kết hợp giữa đào tạo và xây dựng văn hóa, từ đó giúp các thành viên trong tổ chức đạt được hiệu quả sáng tạo ở mức cao nhất có thể.

7. Trao giải sai lầm của tháng

Thành công trong kinh doanh đến từ những quyết định đúng đắn. Những quyết định đúng đắn là kết quả của kinh nghiệm nhưng kinh nghiệm không tự nhiên mà đến. Nhiều khi, chúng ta phải đánh đổi bằng những thất bại, sai lầm. Quan trọng là qua sai lầm, ta rút ra được những bài học hữu ích. Vì thế, văn hóa tôn trọng sai lầm là một phần quan trọng của thành công trong kinh doanh. Không những vậy, phạm sai lầm cũng là một phần và là lớp vỏ hình thành văn hóa sáng tạo.

Một kỹ sư cao cấp làm việc tại tập đoàn IBM đã mắc sai lầm và làm tổn thất của công ty 120 triệu đô-la. Anh chờ sếp của mình, Tom Watson, triệu tập và ra biện pháp kỷ luật cho sai lầm của mình. Sau quãng thời gian dài tưởng như vô tận, anh ta được mời đến gặp sếp và đã sẵn sàng cho tình huống xấu nhất.

Nhưng kỳ lạ thay, Tom không hề đề cập đến sai lầm đó chút nào. Ông nêu tóm tắt công việc của một dự án mới cho người kỹ sư đó và yêu cầu anh làm quản lý. Người kỹ sư không thể kìm nén sự ngạc nhiên của mình được nữa, anh ta hỏi sếp xem đến khi nào mình sẽ bị sa thải. “Sa thải anh vì kinh nghiệm đáng giá 120 triệu đô ư? Không đời nào!” Watson trả lời. Người kỹ sư ấy giờ đã trở thành một trong những nhân viên sáng giá nhất của IBM.

Có một câu chuyện khác liên quan tới Henry Ford. Một trong những vị phó chủ tịch của ông đã phạm phải một sai lầm cực kỳ nghiêm trọng, khiến công ty tổn thất hơn 1 triệu đô-la – một khoản tiền không nhỏ vào những năm 1920. Xác định trước mình sẽ bị sa thải, người phó chủ tịch đó nộp đơn xin từ chức cho Ford. Ford đọc và xé tan lá thư đó.

“Anh cho rằng tôi sẽ đuổi anh sau tất cả những gì vừa xảy ra ư?” ông hỏi. “Tôi vừa đầu tư 1 triệu đô-la cho anh đó!” Vị phó chủ tịch đó sau này đã giúp Ford Motors trở thành một trong những công ty vận tải không lồ.

8. Xem xét kết quả của sáng tạo bằng các công cụ đo lường
Việc đo lường số tiền tiết kiệm hay doanh thu dựa trên sự sáng tạo là hoàn toàn có thể. Ví dụ ở giải thưởng ý tưởng hay nhất, giá trị của ý tưởng tiết kiệm điện bằng cách tắt những bóng đèn trong khu sản xuất tự động có thể tính toán được mà không gặp trở ngại gì.

Hãng hàng không American Airlines đã tiết kiệm hơn nửa triệu đô-la nhờ một ý tưởng đơn giản từ trưởng nhóm tiếp viên hàng không. Ý tưởng của cô là tặng những hành khách mua vé hạng nhất hai hộp trứng cá muối 100g hơn là một hộp 200g thông thường, bởi như vậy đỡ lãng phí hơn. Ý tưởng này giúp giảm bớt ngân sách tiêu dùng hàng năm của hãng hàng không từ 3 triệu đô xuống còn nửa triệu đô.

Tuy nhiên, không phải sự sáng tạo nào cũng có thể đo lường được, nhưng tốt hơn hết là luôn cần cố gắng đo lường giá trị của sáng tạo bất cứ khi nào có thể, bởi điều này chính là động lực tinh thần thiết thực đối với đội ngũ nhân viên. Tất nhiên, một phần giá trị cần được trích ra và chia đều cho tất cả mọi người để khích lệ tinh thần sáng tạo của họ.

9. Khuyến khích thảo luận tự do

Những cuộc trò chuyện thông thường giữa các nhân viên là vũ khí tiềm năng nhằm tạo ra những bước tiến về công nghệ. Hai kỹ sư vừa hoàn tất phần thiết kế cho mẫu máy in mới của HP đang ngồi uống cà phê thì có vài người đồng nghiệp tới ngồi cùng bàn với họ. Họ bàn tán về loại máy in lý tưởng, nếu như họ có bất cứ thứ gì mình muốn. Tựu chung lại, đó là một chiếc máy in màu với độ phân giải ít nhất là 200 dpi. Hai kỹ sư phát triển không thể ngừng suy nghĩ về ý tưởng này. Họ liên hệ với cách hoạt động của phin pha cà phê và cố gắng làm nóng mực in. Cuối cùng họ cho ra một loại mực in phun có thể điều chỉnh được và sau này chế tạo ra máy in phun mang lại thành công vang dội. Điều này sẽ không xảy ra nếu như không có cuộc trò chuyện về chiếc máy pha cà phê kia.

Dù thế nào đi nữa, những bước đột phá đó đều không thể bị tách biệt. Trên thực tế, đó có lẽ là cơ chế cải tiến hiệu quả nhất và được áp dụng rộng rãi tại Thung lũng Silicon.

Xây dựng một nền văn hóa sáng tạo là điều cần thiết nếu như các công ty và tổ chức muốn tồn tại và phát triển. Đừng quên rằng một nền văn hóa tồi tệ có thể đánh gục một cá nhân bất cứ lúc nào. Ngược lại, một nền văn hóa tốt có thể trở thành môi trường lý tưởng nuôi dưỡng sự sáng tạo cũng như đem lại lợi nhuận cho công ty.

Phụ lục



Suy nghĩ sáng tạo

Chuyên gia sáng tạo nổi tiếng Edward de Bono cho rằng sự sáng tạo có thể truyền đạt được và nó là một kỹ năng mà tất cả chúng ta đều có thể học:

“Suy nghĩ sáng tạo giống như lái ô tô, tung hứng, nấu ăn, trượt tuyết hay đan lát. Một số người sẽ vượt trội hơn nhưng nếu luyện tập, tất cả mọi người đều có thể đạt đến mức độ nào đó. Ban đầu là mong muốn, rồi chú ý và cuối cùng phát triển thành niềm yêu thích. Mới đầu sẽ hơi kỳ quặc, suy nghĩ có thể vô dụng và gượng gạo đôi chút nhưng một khi đã quen thì suy nghĩ sáng tạo trở nên tự nhiên như đi xe đạp hay bơi lội vậy.

Để trở thành một người sáng tạo, tất cả những gì bạn cần làm là luyện tập suy nghĩ sáng tạo thường xuyên.”

Con người sáng tạo

Con người sáng tạo là gì vậy? Trong cuốn sách *Think Out Of The Box* (tạm dịch: Nghĩ bên ngoài chiếc hộp), Mike Vance và Dinanne Deacon có đưa ra một định nghĩa khá thú vị như sau:

“Người sáng tạo là người khai thác quá trình sáng tạo nhằm mục đích theo đuổi loại hình nghệ thuật tuyệt vời nhất – sống có ý nghĩa. Người sáng tạo đạt được thành công cá nhân thông qua việc tham gia vào hoạt động có ý nghĩa nhất của cuộc sống – đưa ra những ý tưởng. Người sáng tạo tận hưởng vẻ rực rỡ và ánh nắng ấm áp của mặt trời buổi sớm mai, hình dung ra tiềm năng của con người, ném những chòm sao nhân tạo lên bầu trời, chăm sóc con cái, dựng nơi trú ẩn cho những chú chim cạnh mép hồ và suy ngẫm về những điều bên trong màn đêm đầy bí ẩn.”

Những trải nghiệm tuyệt vời nhất

Nhà bác học Albert Einstein đã từng nói:

“Cái đẹp dễ nhất mà chúng ta có thể trải nghiệm được là cái bí ẩn. Đó là cảm thức nền tảng trong cái nôi của nghệ thuật và khoa học chân chính. Kẻ nào không biết đến nó, không còn khả năng thảng thốt hay kinh ngạc, kẻ đó có thể coi như đã chết, đã tắt rụi lửa sống trong mắt mình.

Điều quan trọng là không ngừng đặt câu hỏi. Một người không thể không kinh ngạc khi người khác suy nghĩ về sự bí ẩn của sự vĩnh cửu, về cuộc sống, về cấu trúc tuyệt vời của sự thật. Đừng bao giờ đánh mất sự hiếu kỳ tuyệt diệu ấy.”

Thành công

Hãy để suy nghĩ sáng tạo trở thành một trong những công cụ chính giúp bạn đạt được thành công trong cuộc sống. Nhưng bạn có biết chắc thành công là gì không? Nhà văn nổi tiếng Ralph Waldo Emerson đã nói:

“Hãy cười nhiều và thường xuyên; giành được sự kính trọng của người thông minh và lòng quý mến của trẻ em; được khen ngợi từ những nhà phê bình chân thật và chịu đựng được sự phản bội của những người bạn giả tạo; biết trân trọng vẻ đẹp; tìm thấy ưu điểm trong mỗi con người; để lại cho thế giới chút gì đó tốt đẹp, dù đó là một đứa con khỏe mạnh, một khoảnh vườn xanh mát hay một điều kiện xã hội được cải thiện; sự tri ân thậm chí dù chỉ của một người vì bạn đã có mặt trên đời này. Như vậy cuộc đời của bạn có thể được xem là thành công rồi.”

Một thế giới tốt đẹp hơn

Cuối cùng, hãy để chúng tôi thử nghiệm ảnh hưởng của sự sáng tạo với thế giới. Alex Osborn, người phát minh ra phương pháp sáng tạo “Động não” nổi tiếng thế giới từng nói:

“Gần như tất cả chúng ta đều có thể trở nên sáng tạo hơn. Và đây cũng chính là hy vọng của thế giới. Khi trở nên sáng tạo hơn, cuộc sống của chúng ta có thể sẽ tươi sáng hơn. Khi sáng tạo hơn, chúng ta có thể mang lại cho nhau những sản phẩm và dịch vụ chất lượng tốt hơn, từ đó nâng cao điều kiện sống. Trở nên sáng tạo hơn, chúng ta thậm chí còn có thể mang lại hòa bình vĩnh viễn cho toàn thế giới.”

Trong lời tuyên thệ nhậm chức tổng thống da đen đầu tiên của Nam Phi, Nelson Mandela đã từng nói:

“Nỗi sợ hãi sâu xa nhất trong chúng ta không phải là khả năng hạn hẹp, mà là sức mạnh phi thường mà chúng ta không thể kiểm soát.

Sức mạnh đó chính là ánh sáng soi rọi cuộc đời ta, hoàn toàn không phải bóng tối đe dọa chúng ta. Chúng ta tự vấn rằng chúng ta là ai, làm thế nào để trở nên xuất sắc, hấp dẫn, tài năng và vĩ đại? Thực ra, bạn không phải băn khoăn nhiều đến thế. Bạn chính là con của Chúa trời. Tất cả chúng ta sinh ra là để tỏa sáng, cũng giống như những đứa trẻ vậy. Chúng ta được sinh ra là để chứng minh sự vĩ đại của Chúa trời nằm trong bản thân mỗi chúng ta. Sự vĩ đại ấy không chỉ có ở một số người, nó có trong tất cả mọi người.”

Và khi chúng ta tỏa sáng, vô hình chung chúng ta đã cho người khác cơ hội để tỏa sáng như thế. Khi chúng ta thoát khỏi sự sợ hãi của bản thân thì tự khắc, sự hiện diện của chúng ta giúp giải phóng những người khác khỏi nỗi sợ hãi của họ.”

Đáp án

Chương I: Sáng tạo là gì?

Bài tập 1. Thử đoán nghề

1-A, 2-F, 3-E, 4-C, 5-D, 6-B.

Bài tập 2. Tạo sự liên kết

Những sản phẩm được tạo ra nhờ các mối liên kết

a. Tăm xỉa răng và bông gòn Tăm bông Q-Tips.

b. Xe hơi và nhà Nhà lưu động

c. Ghế ngồi và bánh xe Xe lăn

d. Bụi nước hoa và động cơ xe hơi Bộ chế hòa khí

Tên một số nhà hàng, địa danh ẩm thực nổi tiếng trên thế giới được tạo ra nhờ sự liên kết các ý tưởng

a. Café bar và Rock Music Hard Rock Café

b. Restaurant và Hollywood stars Planet Hollywood

c. Pizza và dịch vụ giao hàng tận nhà nhanh Domino Pizza

Những sản phẩm nổi tiếng thế giới được tạo ra bằng cách kết hợp các ý tưởng

a. Đồng hồ và thời trang Swatch

b. Bia và đồ uống nhẹ Shandy

c. Nước uống và xa xỉ phẩm Perrier

Bài tập 3: Sức mạnh của quan sát

Có 11 khuôn mặt trong bức hình

Chương II: 5 bước sáng tạo

1. Hiểu biết

Bài tập 1:

Chồng người phụ nữ bảo ngừng việc đó lại vì bà càng làm nóng nước, bồn tắm của bà càng nguội thêm. Ông nói như thế là vì trong khi người phụ nữ đun thêm nước nóng để đổ vào bồn thì bồn nước nóng của bà ngày càng nguội hơn do nước trong bồn bốc hơi bay lên.

Bài tập 2:

Bởi vì hai cô gái chơi cùng đội với nhau.

Bài tập 3:

Họ phải chơi 199 trận để có thể hạ đo ván đối thủ trước khi chiến thắng được quyết định.

2. Suy nghĩ

Bài tập 1:

Dịch chuyển que diêm bên trái ra một chút sẽ được hình vuông nhỏ ở giữa.

Bài tập 2:

$$X + 1 = 1 \quad X = 0$$

$$X - 1 = -1$$

Vậy để có đẳng thức đúng, ta chỉ cần dịch chuyển một que diêm ở dấu cộng về bên trái sang thành dấu trừ, trước que diêm về bên phải.

Bài tập 3:

Viết thêm “S” trước IX để tạo thành chữ SIX (sáu) trong tiếng Anh.

3. Ấp ủ

Bài tập 1. 10 quả táo

Bà chủ nhà đưa cho 9 đứa trẻ đầu tiên 9 quả táo. Trong giỏ còn lại 1 quả táo. Bà đưa cả giỏ lần táo cho đứa trẻ còn lại. Như vậy, cả 10 đứa trẻ đều có táo và cũng có 1 quả táo trong giỏ.

Bài tập 2. Rơi khỏi tòa nhà 20 tầng

Người đàn ông đã bị đẩy từ cửa sổ tầng trệt của tòa nhà 20 tầng xuống đất. Do đó, cho dù dưới đất không có đệm, ông cũng không hề hấn gì.

Bài tập 3. Đo lượng nước trong hồ

Đổ một ít thuốc nhuộm hoặc chất hóa học nào đó an toàn cho môi trường xuống hồ. Sau một thời gian, khoảng 12 giờ, lấy vài mẫu từ các phần khác nhau của hồ và đo lường sự cô đặc của chất hóa học đó. Dung dịch loãng trong sự cô đặc đó sẽ biểu thị dung tích của hồ.

4. Tìm ra rồi

Bài tập 1. Dầu gội đầu và khăn tắm

Để giải quyết vấn đề này thì trước tiên câu lạc bộ phải phòng trừ trước mọi tình huống. Với chai dầu gội đầu thì cần bỏ nắp đi. Ai cố lấy chai dầu gội đầu cho vào trong túi thì túi sẽ bị bẩn, nhớp nháp và dầu gội đầu cũng bị chảy ra hết. Với khăn tắm, câu lạc

bộ có thể thêu lên những chiếc khăn tắm dòng chữ “Lấy từ câu lạc bộ X”. Nếu làm như thế thì câu lạc bộ sẽ không bị mất dầu gội đầu và khăn tắm nữa, lại chẳng cần phải khám túi của ai.

Bài tập 2. Người đưa thư và con chó

Người đưa thư có thể đi quanh hàng rào bên ngoài. Con chó theo dõi và đi theo ông ta sẽ bị quấn vào cái cây làm dây xích bị ngăn lại, giảm tầm với của nó. Sau đó, người đưa thư có thể băng qua con chó để vào nhà an toàn mà không bị cắn.

5. Phát triển ý tưởng

Bài tập 1. Ưu thế của kẻ nhỏ bé

Amtrak - Tổng công ty đường sắt quốc gia của Hoa Kỳ - đã đưa ra chiến dịch quảng cáo dựa trên ý tưởng về sự thành công vĩ đại. Quảng cáo trưng ra hai cửa sổ. Một chiếc nhìn ra những đám mây trên bầu trời, dưới những đám mây là thông điệp: “Cái nhìn 599\$”. Cánh cửa sổ kia nhìn ra một miền quê xinh đẹp, dưới cảnh tượng đó là thông điệp: “Cái nhìn 79\$”. Trên tấm biển quảng cáo có in dòng chữ: Amtrak.

Bài tập 2. Tận dụng cơ hội

Virgin Atlantic Airways đã lợi dụng quảng cáo của hãng British Airways để chạy một đoạn quảng cáo in đậm với nội dung:

“VIRGIN LUÔN KHUYẾN KHÍCH BẠN BAY TỚI LUÂN ĐÔN, VÌ THẾ VÀO NGÀY 10 THÁNG NĂM, CHÚNG TÔI KHUYẾN KHÍCH BẠN BAY BẰNG HÃNG HÀNG KHÔNG BRITISH AIRWAYS”.

Sau đó, đoạn quảng cáo có viết thêm thông điệp in thường: “Vào thời gian khác trong năm, chúng tôi chờ đợi được gặp bạn trên máy bay của hãng Virgin Atlantic. Với dịch vụ tốt nhất và giá thành thấp nhất có thể.” Cuối đoạn quảng cáo có in logo của hãng Virgin Atlantic.

Bài tập 3. Vác trên lưng người khổng lồ

Nhà xuất bản nhỏ chuyên về sách thiếu nhi đã mua một quả bóng màu sắc sặc sỡ in hình khủng long, bơm khí hydrogen vào và buộc nó ở đầu gian hàng của mình tại hội chợ. Quả bóng bay lơ lửng và nổi lên trên tất cả những gian hàng khác, thu hút được sự hiếu kỳ của các em nhỏ trong hội chợ. Kết quả là nhà xuất bản nhỏ đó không cần mất nhiều công sức và chi phí mà gian hàng của họ tại hội chợ vẫn nổi bật.

Chương III: Những kỹ thuật sáng tạo căn bản

1. Kỹ thuật sáng tạo

Bài tập 1.

Ta có thể nghĩ đến một ý tưởng điên rồ là nếu công nhân mù, họ sẽ không nhìn thấy chữ trên báo và sẽ không làm ảnh hưởng đến công việc nữa. Từ đó, một giải pháp thiết thực được đưa ra là ông chủ nên thuê người mù vào làm việc. Người mù sẽ không vì bận đọc những mẫu báo cũ mà làm ảnh hưởng đến năng suất lao động. Từ đó, công ty có thể tăng hiệu quả sản xuất.

Bài tập 2.

Để tận dụng những mẫu vụn bánh quy, nhà máy có thể kết nối giữa rượu nho và bánh quy để tạo nên một sản phẩm mới: Rượu nho hương vị bánh quy. Chính sản phẩm mới này sẽ đem lại lợi nhuận cao nhất cho nhà máy.

Bài tập 3.

Thông qua động não làm việc nhóm, công ty đó đưa ra ý tưởng là thông qua điện thoại gửi đến khách hàng một thứ gì đó có thể ăn được. Qua đó, họ nghĩ đến ứng dụng gửi hình sô cô la chất lượng cao qua điện thoại tới khách hàng.

Bài tập 4.

Ý tưởng điên rồ là phát gia vị cho các gia đình trong một cái máy trộn xi măng. Tất cả những gì cần làm là đổ đồng gia vị phía trước các ngôi nhà. Điều này được kết nối với cách thức sử dụng gia vị trong mỗi gia đình. Công ty bột ngọt đó có thể bán gia vị trong lọ. Lọ đựng được thiết kế một lỗ hổng giống như máy trộn xi măng. Điều này sẽ giúp công ty bột ngọt thu lời lớn.

Bài tập 5.

Bạn có thể nghĩ đến hai loài khủng long trong phim Công viên kỷ Jura để thu hút khách hàng từ hai cửa hàng bên cạnh vào cửa hàng của mình. Con khủng long với cái miệng rộng với một lối vào cửa hàng thật lớn. Bạn có nhận thấy điểm tương đồng nào không? Bạn có thể trưng ra một biển hiệu có đề chữ “Cổng chính” ngay trước cửa hàng của mình để tận dụng khuyến mại của hai cửa hàng hai bên.

2. Thúc đẩy những kết nối mới

Bài tập 1.

Các cô y tá có thể băng bó những con gấu bông lại và nói với các em bé rằng những chú gấu cũng ốm và cần phải ở lại bệnh viện để điều trị. Điều này sẽ khiến các em bé đối xử với những con gấu bằng sự dịu dàng, cảm thông hơn.

Bài tập 2.

Mẫu vải xô và băng gạc Băng dán cứu thương.

Chuyện bắt đầu sau khi cô gái Joshephine kết hôn với Earle Dickson - một người thợ trong nhà máy sản xuất băng gạc và băng dính cuộn hiệu Johnson & Johnson. Joshephine vựng về và không quen với việc bếp núc nên thường xuyên bị đứt tay bởi dao kéo. Thông cảm với vợ, Earle đã nảy ra sáng kiến làm sẵn những chiếc băng vết thương tiện dụng loại nhỏ. Anh bắt tay thực hiện ý tưởng của mình với một cái kéo, một cuộn băng dính và gạc cứu thương. Anh cắt băng dính thành những dải nhỏ, rồi gắn vào giữa những dải băng dính ấy một miếng gạc hình vuông. Từ đó, mỗi lần Joshephine gặp “tai nạn” thì những chiếc băng tiện lợi luôn sẵn sàng.

Không lâu sau đó, chính công ty Johnson & Johnson đã nhanh chóng cho sản xuất loại băng này để bán trên thị trường. Bốn năm sau, năm 1924, công ty đã lắp đặt hệ thống dây chuyền sản xuất sản phẩm này với tên thương mại là Band-aid. Hiện nay, cái tên này đã trở thành một danh từ chung để gọi băng dán cứu thương.

Bài tập 3.

Morse đã dựa trên sự kết nối với kíp ngựa (tốp ngựa thay cho tốp trước đã mệt) để nghĩ ra một hệ thống tiếp sức cho việc truyền tải các tín hiệu điện báo. Ông là nhà phát minh ra tín hiệu vô tuyến điện.

Bài tập 4.

George de Mestral Mestral đã mất 8 năm cho nghiên cứu của mình, cuối cùng ông đã tạo ra dải băng đôi bằng sợi nilon, một nhám, một trơn. Khi ép 2 dải này lại chúng sẽ dính chặt nhau, tạo sự liên kết mạnh mẽ khác thường. George đã phát minh ra khóa dán.

3. Phá vỡ các quy tắc

Bài tập 1. Cô con gái thông minh của người nông dân

Cô con gái của người nông dân chấp nhận lời đề nghị của ông chủ nhà. Cô lấy một viên sỏi từ túi của ông ta rồi giả vờ vô tình đánh rơi nó. Cô xin lỗi vì sự vụng về của mình và nói rằng viên sỏi đã rơi không còn quan trọng nữa. Vì viên sỏi còn lại trong túi của ông chủ nhà sẽ chứng minh tất cả. Viên sỏi trong túi màu đen chứng tỏ cô đã lấy ra viên sỏi màu trắng, tức là nợ nần đã được xóa sạch. Cô gái thông minh đã lợi dụng sự lừa bịp của gã chủ nhà để chống lại gã và giúp cha mình thoát nợ.

Bài tập 2. Nhà xuất bản đặc biệt

John C. Kullen đã thành lập DG Books Worldwide Inc với những ấn phẩm bán chạy nhất thế giới. Loạt sách cho người không biết gì (For Dummies) đến nay đã bán được hơn 19 triệu bản và được dịch ra 32 thứ tiếng.

Bài tập 3. Các sản phẩm chăm sóc cơ thể đi ngược lại công nghệ hiện đại

“Một doanh nghiệp làm kinh doanh không nên chỉ nhằm vào việc kiếm tiền bạc, mà cần phải lưu tâm đến trách nhiệm nữa. Việc kinh doanh nên vì lợi ích cộng đồng, không nên chỉ thỏa mãn ham muốn của bản thân...” Dame Anita Roddick, nhà hoạt động nhân quyền, sáng lập The Body Shop nói.

Công ty trách nhiệm hữu hạn The Body Shop được thành lập năm 1976, là nhà sản xuất và bán lẻ toàn cầu các loại mỹ phẩm có nguồn gốc và cảm hứng từ thiên nhiên. Hiện nay, The Body Shop đã có hơn 2.400 cửa hàng ở 61 quốc gia, với số lượng hơn 1.200 sản phẩm.

Bài tập 4. Những đôi giày không thoải mái, nặng và đắt đỏ
Mọi người chọn mua những đôi giày Shape Walker của Asics bởi đây là những đôi giày thể thao đặc biệt. Những đôi giày này phục vụ rất tốt cho việc luyện tập thể thao như leo núi, chạy bộ,...

Bài tập 5. Những quyển catalog khác biệt

Một công ty con của công ty nội thất nổi tiếng IKEA đã đưa ra một cuốn catalog khác biệt cho các sản phẩm của mình. Cuốn catalog trưng bày những cảnh thực trong nhà - quần áo nhăn nhoe trên đồng gối bản ở trên giường, những chiếc khăn ăn nhàu nát khô cong trên lò sưởi, bát đĩa chưa rửa,... Cuốn catalog

đó đã thu hút được sự chú ý của mọi người và chỉ riêng tại nước Anh đã bán được hơn một triệu bản.

Chương IV: Nuôi dưỡng sự sáng tạo

1. Cắt một cái lỗ nhỏ trên tờ báo, đưa tờ báo lại gần tivi, sau đó chọc ngón tay của bạn qua cái lỗ nhỏ để đẩy cái tivi.
2. Nước. Bạn càng giặt thì nước sẽ càng bẩn.
3. Đèn lồng bằng giấy.
4. Con ếch.
5. Đốt que diêm dưới một cốc nước.
6. Quăng quả bóng theo chiều thẳng đứng.
7. Con người.
8. Nai không mắt.
9. 2 quả. Vì bạn đã lấy đi 2 quả rồi còn gì.
10. Trọng lượng của xăng bị đốt cháy khi xe đi được 3km trên cầu sẽ nhiều hơn trọng lượng của con chim, do đó cây cầu không bị sập.