

办公室的设计风格影响工作效率

4

热点关注

如果你想激发人们的创意思维,在设计办公室、教室或家庭活动室时,一定要记住,同各项规章条例和奖励措施一样,不同的设计风格也会影响人们的表现。

此时此刻,我正坐在加州的一家咖啡馆里,外面天气已经暗了下来,不再像中午那样酷热了。周围都是前来喝咖啡的顾客,有的几个人坐在一起,有的孤身一人。像咖啡馆这样的公共场合,最适合消磨时间,观察路人,或结交新朋友。刚刚就有位年轻男士过来和我搭讪。他叫梅恩·施瓦茨,是一位企业家,刚来到加州。他说他之所以来咖啡馆就是为了结交新朋友,因为咖啡馆里总有形形色色的人。

有趣的是,在这条街的街口有一家餐馆,那里压抑的氛围与这里完全不同。小圆桌和轻柔的音乐告诉你那里只适合私人交谈,最好不要找旁边的顾客聊天。因此,我更喜欢坐在咖啡馆的外面,混在熙熙攘攘的人群里,时不时碰到一个前来搭讪的人,这样的环境更能激发我的灵感。

我们都知道设计风格会影响我们的言行举止,但在设计办公室、教室、卧室时总是忘了这一点。现在认真回想一下,天花板的高度、灯光的亮度、音乐的音量和室内的气味,我们的工作、学习或者娱乐难道没有被这些因素影响过吗?优秀的房产中介深知这一点。在带顾客看房时,他们会把室内所用的灯都打开,在房子附近让人烘烘饼干,因为他们知道,明亮的灯光和烘烘饼干的香味会让人感到一种家的温馨,极有可能激发顾客立马把房子买下的冲动。尽管很多人心里清楚这是房产中介的一种推销手段,但大多数情况下,还是乖乖地中了房产中介的圈套。

在珍妮所有的作品中,我最喜欢那幅巨大、飘逸的流线型窗帘。整个窗帘取材于大理石瓷砖,重725千克。珍妮把传统的大理石瓷砖削成极细极细的丝,然后和纤维一起织成了这个窗帘。当它从天花板上垂下来时,漂亮极了。如果没有轻松、鼓励大胆创新的工作氛围,珍妮也不可能给我们带来这么美的创意。

与珍妮·甘的公司不同,美国旧金山的Square公司根据自己的公司理念营造了一种完全不同的工作氛围。Square公司是一家移动支付领域的创业公司,多年来一直秉承“操作简单、功能强大”的产品理念,主要生产一种配合智能手机使用的移

动读卡器,这种读卡器使消费者、商家可以在任何地方进行付款、收款,并保存相应的消费信息。公司的主管深知,一件产品就是企业内部工作环境的直观再现,因此,他决定营造一种简洁、幽雅的工作环境,进而促进产品研发。

Square公司的工作室特别大,一排排白色的办公桌整齐地排列着,员工与员工之间没有隔板,所有人都公开办公。会议室也是同样的风格,四周都是透明的玻璃墙。整个公司给人的感觉就是“干净、整齐、透明”。所有这一切都在传递一个信息:这里强调简洁,鼓励精简化的创意。

我很幸运能在斯坦福大学的不同部门里工作,每个部门都有它自己的设计特色。就拿哈索·普拉特纳设计学院来说,我在那里教创意思维方面的课程。第一次到那里去的学生,不用我们提醒,他们就立即知道那里是学习怎样拥有更高创意思维的地方:因为那里的布置不像办公室,没有公司里的小隔间;不像演讲厅,没有黑板;那里更像一个即兴表演的舞台,里面的布置可以根据课程的需要随时变换。

我之所以喜欢在哈索·普拉特纳设计学院讲课的原因之一就是,我可以根据当天要讲的内容,随时重新布置课堂。也正是在课堂上,我通过一个很偶然的机会发现,工作环境不同对人们处理问题的方式的影响。

那一次,我在创意思维课堂上带领学生做一个拼图游戏,要求参赛小组在最短时间内完成所有的拼图任务,用时最少的一组获胜。我先把整个班级分为两个大组,A组和B组,每个大组进一步分为4个小组。每个大组分到各有100小块的3个拼图,再把它们平均分给4个小组,也

就是说,每个小组拿到了75小块。因此,要想快速完成任务,同一大组里的各个小组必须合作。

在桌椅分配上,A组里的所有小组都只有椅子,没有桌子;B组里的每个小组只有桌子,没有椅子。当时这样分配是出于区分A、B组的考虑,完全没有想到不同的分配办法将直接决定后来的比赛结果。

比赛开始后,A组里的小组几乎立即就开始和旁边的小组沟通。几分钟后,他们已经把椅子拉到一起,围成了一个圈,大家坐在圈里的地板上一起完成拼图。不久,A组就成功地拼好了3块拼图。与此不同,B组里的各个小组只顾低着头围在一张桌子旁边,忙着手里的75小块拼图,根本没想着要去和其他小组合作。

其实教室里的桌椅下面都装有轮子,可以来回移动。B组完全可以像A组那样,把4个小组的桌子拼到一起,大家一起合作,这样就可以更快地完成任务了。

遗憾的是,B组被他们的工作环境束缚住了。工作环境或空间布局,传递不同的信息,不仅影响团队的活力,也影响他们的工作思路。我们往往会不由自主地跟着环境给我们的暗示走,如比赛中的A、B组就是这样。

A组只有可以移动的椅子,因此A组的队员会感觉“我们有很大的灵活性,可以随意重新安排椅子的排列方式”。B组只有可移动的桌子,但他们不会注意到桌子可移动这个特点,他们更多会感觉“这张桌子就是我们用来完成任务的地方,不允许其他人随意使用”,所以他们会把注意力全放在桌子上。因此,A、B组就有了上面的不同表现,比赛结果也就可想而知了。



[美]蒂娜·齐莉格 著
吉林出版集团有限责任公司
友情推荐

[内容简介]

本书由斯坦福大学著名创意课教授蒂娜·齐莉格的课程汇集而成。她的创意课严格控制人数,每次都人员爆满,全球只有斯坦福顶尖学生、商业领袖才有机会学习。全书用大量生动、真实的案例,揭示了全球著名企业培养创意人才的独到方法,及各行业世界顶级精英们的成功创意思维案例。这些创意方法,必能帮助你解放大脑、打破思维禁锢,以一种全新的视角和方法去发掘奇思妙想,碰撞出创意火花,开创更有发展潜力的未来。

[上期回顾]

想要发现潜藏在身边的机遇,就必须练就一双“慧眼”。史蒂夫·布兰克就是从一大堆无人问津的产品注册卡里得到了很多有价值的信息。



战神天罡 著
浙江大学出版社友情推荐

[内容简介]

闷骚宅男微博玩出事业爱情,惊心动魄的微博商战与搞怪无限的网络创意,你知道多少?穷小子爱上白富美,还不敢表白。邱宸用了最傻的方式——诉诸微博。被爱而不自知,常常互相伤害。夏知瑾不知道,在不远处,有个男人一直默默地爱着她。邱宸无心插柳,他的才华恰巧遇到微博商机。微博营销大战硝烟四起,与他对着干的那个,居然是夏知瑾?夏知瑾欣赏的那个“为你而微”,原来不是他?

[上期回顾]

秦小曼告诉邱宸自己一直都知道他默默的爱情,并且向他表白;然而这一切又被夏知瑾不小心撞见了。事业小成的邱宸陷入了三角恋爱中。

牛总剽窃“有门”的创意另起炉灶

10

网络爱情

邱宸给ONEX酒吧做的创意,几个大号做了转发推荐。这种小推广对工作室来讲,已经轻车熟路。ONEX老板为了表达合作的谢意,给了邱宸一张白金会员卡,凭此卡,可以永久6折消费。办公室的小年轻,经常借了去泡吧。其实,邱宸也不大,才28岁,只是他不大喜欢去那里,觉得太嘈杂。年中聚会的时候,他们几个极力鼓动邱宸去那里高兴一下,以好好庆祝工作室这半年来的业绩。

邱宸在@有门微博上发了这条消息,顺便也算是给ONEX做了一次免费的推广。这条消息,夏知瑾看到了,秦小曼也看到了。晚上8点,有门工作室的聚会就开始了。

夏知瑾早就过来了,挑选了一个最昏暗的角落坐下来,注视着酒吧里所有的人。晚上8点的时候,她看到了一行五人,进入酒吧。为首的,赫然是一个胖子,这就是传说中的袁胖子了。

晚上9点半,邱宸已经基本被两杯洋酒放倒了。三个年轻人决定今晚纵情放肆一下。他们冲上舞台,年轻人的热情自己是用不完的,他们齐刷刷地起哄,逼袁胖子上了台。袁胖子毫不含糊,上台嚎叫了几首歌。今晚的压轴惊喜注定是留给邱宸的。邱宸当时正斜躺在沙发上迷糊,武圣拿着麦克风,突然正经起来:“我们大当家的刚才跟我说,我们二当家的一直暗恋着一个女孩。我听说,音乐是有灵魂的,它会把痴情人的衷肠倾诉到爱人的心里!你们相信爱情吗?如果你们相信,就跟我喊吧!”

“邱宸!邱宸!”陈家洛拿着DV,他要记录下这一时刻。方晓婉摇醒了邱宸。邱宸早就醒了,只是还迷糊。音乐是有灵魂的吗?那就让音乐燃烧自己,借音乐麻醉自己吧。邱宸

脱了鞋,卷起裤管,赤脚跑上了舞台。秦小曼看着自己中意的男人,如此疯狂,如此洒脱地挣脱了自我。邱宸的嗓音可以如此狂野,也可以如此深情,这是夏知瑾未曾预料到的,也从未见识过的。唱到最后部分时,眼泪已经出来了,可是他仍声嘶力竭地掩饰。这是唱给夏知瑾的。

夏知瑾从不知道邱宸令人沸腾的这一面,她坐在角落里。此刻,她心旌摇曳。这块木头今晚的表现彻底点燃了夏知瑾,她稀罕的就是这样有爆发力的男人。

袁胖子在年中聚会时果断兑现了承诺,武圣、陈家洛和方晓婉每人按5%的股份,分得了1.5万元的分红。邱宸从心底感激这三个人,其实,他们之间的关系,与其说是上下级的关系,不如说是一起创业、生死与共的好兄弟。连续做了几个漂亮的策划后,@有门微博引起了不少同行的关注,甚至有上海以外的公司按图索骥,@有门微博算是在业界站稳了脚跟,有了自己的一席之地。

BEBE关注到@有门微博,是因为Sam这个创意推广。BEBE的牛总,向来以眼光毒辣纵横于江湖。当初,跟郭向平联手,搞起名品官方店铺。事实证明,他再一次引领了电商潮流。通过官方店铺,把几个主要对手收拾了后,他觉得郭向平应该是时候尝尝他的牛家老刀了。但是,他手头现在缺一个人。

曾有好几个做微博营销的工作室,试图拿下BEBE的微博推广业务,老牛都一一推掉了。他觉得,他还缺一个人。

一桌。按照商业惯例,一张桌就是一个圈,要互递名片的。袁成刚也装模作样地撒了一圈名片。牛总对袁成刚好像情有独钟:“Sam现在是你们的客户?”“是的,我们负责Sam全部的微博推广。”袁成刚颇为自豪。“那个创意是我近年看到的最好的创意。你们的创意总监是哪位?”“邱宸,邱总监。之前在热麦,负责热麦的官方微博。”袁胖子决心死装到底。

7月16日,工作室接到了来自BEBE董事长助理的电话。BEBE董事长想下午拜访有门工作室。邱宸马上把这个事情跟袁成刚打电话发了。袁胖子说:“兄弟,我们要发达了。”下午2点30分,袁成刚溜出了论坛会场,赶回办公室。3点,牛总准时进门。“牛总!欢迎牛总!”袁成刚做了很官方的隆重接待。

双方落座,牛总环视了一周。袁成刚暗舒了一口气,就在上周,有门工作室新招聘了三位同事,换了一间60平方米的大办公室。有门工作室的员工达到了史无前例的八人。

“All in?”牛总的英语带着地道的伦敦郊区口音。“不怕牛总笑话,您要是上周末,鄙公司还只有五名员工,现在全部员工八名。”袁成刚说。“兵不在多。邱总监好像很沉默!”牛总呵呵笑道。“像我这样长了一张大嘴的人,做不了创意总监。嘴上有,肚子里没货。”袁成刚替邱宸解释。

“邱总监对微博营销怎么看?”牛总转头,面对着邱宸。“我称之为围观的力量。嬉笑怒骂,煎炒烹炸,只为一件事——引起围观。围观就是力量,就是一切。只要引起围观,一切目的都可达到。”牛总临走的时候,拍了拍袁胖子的肩膀:“你这区区八个人,可抵百万精兵!”这次拜访,牛总并未谈到实质问题。但是,

他的到来,给了所有人很充分的遐想空间。更令工作室感到此事有戏的证据是,@BEBE官方微博发了一条微博。

@BEBE官方微博: BEBE董事长牛总参加了在上海举行的网络营销高端论坛,下图为牛总和有门工作室袁总兴致勃勃地谈论微博营销的发展和合作前景。(附图片)

@有门微博当然不能错过这次宣传机会,马上转发了这条微博。董事长助理把两份调查报告摆到了牛总的办公桌上。

一份是有门工作室的半年报告,五页,包含了创建背景、股东情况、员工情况、客户资料、赢利情况等,甚至员工福利、工资待遇、有否缴纳公积金,这些都罗列在报告里。

一份是邱宸的个人资料,五页。从家庭背景、教育情况、从业经历到个人性格、爱好、案例作品、个人感情,是否左撇子等,包罗万象。牛总喜欢这样的报告。

袁胖子本来对BEBE抱有极大的兴趣和预期,可是几天后的消息让他倍感失望。BEBE宣布成立自己的微博团队,从信息部和业务部门调了八个人,组建了一个部门。袁胖子恨得牙痒痒的:“这个老狐狸,看完咱们的货,自己研发去了!”

@BEBE官方微博发出牛总和袁成刚的照片后,夏知瑾也看到了@有门微博的转发。不单她看到了,郭向平也看到了。他问夏知瑾:“老牛又想整什么么蛾子?”几天后,BEBE自己组建团队的消息传来,郭向平才舒了一口气。

夏知瑾心里很矛盾,她既不希望BEBE和有门达成合作,又希望邱宸能在电商这个老本行做一单漂亮的策划。她相信邱宸有这个水准打动老牛。至于为什么谈崩了,夏知瑾现在还不清楚。