گوگل به جمع‌آوری اطلاعات کودکان متهم شد

دادستان ایالت نیومکزیکو آمریکا به دلیل جمع‌آوری اطلاعات کودکان بدون اجازه والدین از گوگل شکایت کرده است. به گزارش مهر و به نقل از آسوشیتدپرس، دادستان ایالت نیومکزیک آمریکا از گوگل شکایت کرده است. گوگل متهم است برخلاف قانون، اطلاعات مربوط به کودکان را جمع‌آوری کرده است. طبق این شکایت گوگل با استفاده از بسته سرویس‌های آموزشی خود از کودکان و خانواده‌های شان جاسوسی کرده است. این بسته سرویس‌های آموزشی در مدارس و میان معلمان و والدین برای فروش عرضه شده بوده است. هکتور بالدراس دادستان کل این ایالت اعلام کرد هرچند این سرویس گوگل به عنوان یک ابزار ارزشمند برای مدارس فاقد منابع آموزشی معرفی می‌شود، اما در حقیقت ابزاری برای کنترل کودکان در زمان استفاده از مرورگر اینترنتی در کلاس درس و خانه است. به گفته او اطلاعات جمع‌آوری شده بسیار وسیع و شامل موقعیت مکانی فرد تا وب سایت‌های بازدید شده، ویدیوهای تماشا شده و پسوردها و فهرست شماره تماس‌های فرد است.





۴

فضای بی‌خطری ایجاد کنید

هر بازخوردی، چه مثبت و چه منفی، باید در زمان و مکان مناسب منتقل شود تا بتواند بیشترین اثرگذاری را به دنبال داشته باشد. اما همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که همان قدر که ارائه بازخورد مثبت و تشویق در جمع اثرگذارتر خواهد بود، بازخورد منفی بهتر است که به صورت فردی منتقل شود. ایجاد فضای بی‌خطر به این معنی است که تفاوت میان ارائه روش سالم و ناسالم ارائه بازخورد منفی را به‌خوبی درک کنید. زمانی که بتوانید بدون آسیب زدن به فرد بازخورد منفی‌تان را به روشنی منتقل کنید، فرد نیز پذیراتر آن را دریافت می‌کند. در حالی که ارائه بازخورد منفی به شیوه نامناسب ممکن است فرد را در حالت تدافعی قرار دهد و حتی کارایی و اشتیاق فرد را برای ارائه کار بهتر از بین ببرد.

به عقیده روان‌شناسان، فریاد زدن و تحقیر افراد در جمع به دلیل عملکرد ضعیفشان نه‌تنها نتیجه مثبتی به دنبال نخواهد داشت، بلکه با افزایش حس نارضایتی و خشم، عملکرد آتی فرد را نیز کاهش خواهد داد. بنابراین علاوه بر بیان خصوصی، در طول صحبت آرامش خود را حفظ کنید. انتخاب واژه مناسب نیز می‌تواند به ایجاد آمادگی در فرد برای پذیرش صحبت‌ها و دیدن سهم خود در اتفاق موجود کمک کند. زمانی که با لحن تند به سمت فرد حمله کنید، بدون شک پیش از آن که به حرفتان گوش کند شروع به دفاع از خود در برابر حرف‌های شما خواهد کرد. سعی کنید در طول بحث گوش شنوایی برای توضیحات فرد داشته باشید و حتی از خودش نیز برای ارائه راه‌حل مؤثر برای مشکل به وجود آمده کمک بگیرید.



۵

نیرو محرکه تغییر باشید

سعی کنید حس مسؤولیت‌پذیری را در آنها با بررسی‌های دوره‌ای عملکرد و مطمئن شدن از این که کارمندانتان در مسیر بهبود و پیشرفت هستند، تقویت کنید. بر اساس نتایج مطالعات ۹۱ درصد کارمندان، احساس قابل اعتماد بودن را یکی از نیازهای ضروری در محیط کار می‌دانند. مدیرانی که از نظرات افراد برای ترسیم نقشه راه رسیدن به نتیجه مورد نظر استفاده می‌کنند این پیام را به آنها القا می‌کنند که به توانایی‌شان برای دستیابی به این نتیجه اطمینان دارند.

در طول مسیر نقاطی را به عنوان نقاط عطف مشخص کنید، اهداف مشترکی را تعیین کنید و در طول مسیر با حمایت و دنبال کردن مسیر حرکتشان، انگیزه آنها را دو چندان کنید. پرسیدن سؤالاتی مانند این که «فکر می‌کنی چطور می‌توانم کمکت کنم؟» یا «احساس می‌کنی در چه زمینه‌ای نیاز به بیشتر آموختن داری؟» به شما کمک می‌کند که بهترین حمایت مورد نیاز را برای دستیابی به اهداف مورد انتظارتان برای کارکنانتان فراهم کنید.

۶

بازخورد را در مجموعه رایج کنید

به عنوان مدیر نباید فقط بازخوردهای منفی را به کارمندانتان منتقل کنید. بر اساس نتایج مطالعه‌ای که در دانشگاه هاروارد انجام شده، ۸۲ درصد از کارمندان آمریکایی احساس می‌کنند که مدیرانشان درک درستی از تلاششان ندارند. در مطالعه دیگری ۶۹ درصد از کارمندان گفته بودند در صورتی که تلاش‌هایشان دیده شود انگیزه بیشتری برای افزایش کارایی‌شان خواهند داشت.

بنابراین ایجاد فضایی که در آن بازخوردهای مثبت و منفی به صورت مداوم به افراد داده می‌شود بسیار کاراتر از هر روش دیگری در جهت پیشبرد اهداف مجموعه عمل خواهد کرد. معمولا بازخوردهای کسی برایتان اثرگذار خواهد بود که مداوما به صورت شفاف انتظاراتش را از شما بیان می‌کند، زمانی که کاری را به‌خوبی انجام می‌دهید به آن اذعان دارد و جایی که می‌توانید با تلاش بیشتر آن را بهبود ببخشید به شما نشان می‌دهد.

۷

استفاده از فرصت پیش‌آمده برای آموزش

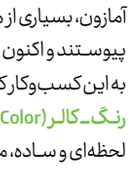
کارمندان نیاز دارند بدانند برایشان ارزش و احترام قائل هستید، حمایتشان می‌کنید. هیچ فردی دوست ندارد با او مانند کودکی که والدین خشمگینش توبیخش می‌کنند، رفتار شود. جلسات ارائه بازخورد می‌تواند فرصت خوبی برای هدایت و راهنمایی کارمندانتان باشد. در ابتدا سعی کنید در مورد نقاط قوت کارمندتان صحبت کنید و به مرور بحث را به سمت مواردی ببرید که نیاز هست تقویت شوند.

زمانی که می‌خواهید در خصوص بهبود عملکرد در زمینه‌ای صحبت کنید باید عملکرد کنونی را با آنچه در آینده مورد نیاز است مقایسه کنید و زمانی که در خصوص نقاط قوت و پیشرفت‌ها صحبت می‌کنید باید عملکرد فرد در گذشته را با عملکرد کنونی‌اش مقایسه کنید. همچنین در طول بحث باید نشان دهید همه با هم در یک کشتی هستید و شما در مقابلش قرار ندارید، بلکه در تلاشید تا با بهبود برخی از نقاط ضعف به موفقیت فرد و در نهایت موفقیت مجموعه کمک کنید.

در مسیر موفقیت

برای موفقیت در کسب‌وکار صرفا داشتن ایده عالی کافی نیست

ایده‌های عالی هم شکست می‌خورند



نگین یشمی
دانش

عوامل گوناگونی در شکل‌گیری و رشد شرکت‌های نوپا (شرکت نوپا) دخیلند. مسیر یک شرکت نوپا معمولاً از پرورش ایده خلاقانه شروع می‌شود. این ایده باید بتواند مدل درآمدی توجیه‌پذیری را ارائه کند و مقیاس‌پذیر باشد؛ یعنی به ازای افزایش حجم بازار و مشتریان، درآمدش افزایش پیدا کند. بعضی از شرکت‌های نوپا ایده‌های خوبی دارند، ولی مشکلات متعدد باعث می‌شود نتوانند به‌خوبی ایده را توسعه دهند و بفروشند. این مشکلات می‌تواند به جنبه‌های مختلف توسعه ایده مربوط باشد. در ادامه به بعضی از نمونه‌های چنین شرکت‌های نوپایی اشاره‌شده است:

ون اینترنتی ـ وب‌ون (WebVan.com): این شرکت نوپا با ایده فروشگاه اینترنتی پا به بازار رقابت نهاد. زمانی که آمازون هنوز فقط کتاب می‌فروخت، وب‌ون تصمیم گرفته بود مواد غذایی و کالاهای خانگی را به‌صورت آنلاین بفروشد و خدمات تحویل در منزل را به‌صورت رایگان ارائه کند. ایده این کسب‌وکار را لوئیس بردر (Louis Borders) ارائه کرد، اما به نظر می‌رسد زمان مناسبی را برای ارائه این ایده انتخاب نکرده بود و کاربران هنوز برای چنین محصولی آماده نبودند و نمی‌توانستند به خرید اینترنتی اعتماد کنند. مدتی بعد با ترکیدن حباب «دات‌کام» این شرکت نوپا از بین رفت. جالب است که چند سال بعد با تغییر مسیر آمازون، بسیاری از همکاران سابق بردر در وب‌ون به آمازون پیوستند و اکنون در جایگاه مدیران ارشد و رهبران فکری به این کسب‌وکار کمک می‌کنند.

رنگ ـ کالر (Color): ایده اشتراک‌گذاری عکس به‌صورت لحظه‌ای و ساده، محور شکل‌گیری شرکت نوپای کالر بود. این شرکت نوپا راهکارهای ساده با محوریت اشتراک‌گذاری عکس بر اساس مکان یا دایره دوستان را به کاربران ارائه می‌کرد و توانست ۴۱ میلیون دلار سرمایه جذب کند. شروع و رشد اولیه این کسب‌وکار نوید اتفاقی تازه را می‌داد. اما با راه‌اندازی برنامه، کاربران نسبت به رابط کاربری و مشکلات حریم خصوصی این محصول واکنش‌های منفی شدیدی نشان دادند. مشکلات به حدی بالا گرفت که بنیانگذار کالر، پیتر فان (Peter Phan)، استعفا داد و کمی بعد کالر برای همیشه از بازار شرکت‌های نوپا خداحافظی کرد.

از جویز پیرس. اسک جویز (AskJeeves): در سال ۱۳۷۵/ ۱۹۹۶، دیوید وارتن (David Warthen) با همکاری گرت گرونر (Garrett Gruener) و بگاهی برای استفاده از فناوری زبان‌های طبیعی (natural language technology) راه‌اندازی کردند. این فناوری روی پردازش زبان‌های طبیعی (انسانی) و ارتباط آنها با رایانه‌ها متمرکز است و رایانه با استفاده از این فناوری می‌تواند زبان گفتاری و نوشتاری انسان را تجزیه‌وتحلیل کند. پس از یک سال، وارتن و گرونر، وبگاه اسک جویز را راه‌اندازی کردند. این وبگاه بسیار سریع رشد کرد و محبوب شد. سرویس کودکان این وبگاه که موتور جست‌وجوی ایمن مخصوص بچه‌ها بود، بین خانواده‌ها بسیار پراستفاده شد. این موتور جست‌وجو ایده بسیار جالبی به نظر می‌رسید و انتظار می‌رفت که بتواند سهم بزرگی از بازار را از آن خود کند، اما در کمتر از ده سال به‌طور کامل از بازار محو شد. ناتوانی در رقابت با گوگل و نداشتن تعریف دقیق از چشم‌انداز کسب‌وکار باعث شد این شرکت نوپا نتواند به موفقیت دست پیدا کند.

پرداخت لمسی ـ پی بای تاچ (Pay By Touch): این کسب‌وکار آینده‌نگرانه که ایده آن بسیار پیشرو به نظر می‌رسید سال ۱۳۸۱/ ۲۰۰۲ تأسیس شد. «پی‌بای‌تاچ» به کاربران اجازه می‌داد تنها با قرار دادن انگشتشان روی حسگر زیستی، عملیات پرداخت را انجام دهند. این ایده بسیار خلاقانه و روبه‌جلو بود و توانست ۳۴۰ میلیون دلار سرمایه جذب کند، اما کمی بعد در سال ۲۰۰۷/۱۳۸۶ برای همیشه تعطیل شد. علت اصلی شکست این شرکت نوپا مدیرعاملش، جان پی. راجرز (John P. Rogers) بود. راجرز با اتهاماتی مانند سوءاستفاده داخلی، حمل مواد مخدر و خرج‌کردن پول‌های شرکت برای مصارف شخصی باعث شد این کسب‌وکار برای همیشه از بازارها حذف شود. کمی بعد از شکست پی‌بای‌تاچ، گوشی‌های تلفن همراه مجهز به فناوری احراز هویتی لمسی شدند و بازار این فناوری برای همیشه از بین رفت.



