



ایجاد یک تیم با عملکرد بالا در عصر دیجیتال



ایجاد یک تیم با عملکرد بالا در عصر دیجیتال

برای اکثر سازمان ها، ایجاد یک تیم با عملکرد بالا یک رویا است، اما رسیدن به آن دشوار است. ایجاد تیمی که چشم انداز را درک کند، زمان و تلاش زیادی می برد. با این حال، می توانید تیم را در عصر دیجیتال از طریق استراتژی های مختلف برای تسریع پروژه ها و رشد در طول زمان تقویت کنید.

از ابزارهایی برای مقیاس بندی کارآمد و سریع استفاده کنید

افزایش مقیاس یک کسب و کار و یک تیم، چه بالا و چه پایین، می تواند رگ حیات یک کسب و کار خاص باشد. همانطور که الزامات و وابستگی ها در نوسان است، باید بدانید که تیم مناسب همیشه برای حمایت از شما وجود دارد. خوشبختانه امروزه ابزارهای مختلفی وجود دارد که می توانید از آنها استفاده کنید، مانند خدمات افزایش کارکنان، هوش مصنوعی و اتوماسیون، و برنامه های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) تیم های شما همچنین از اسناد، ادغام و نرم افزار آموزشی بهره مند خواهند شد.

یک پایگاه دیجیتالی راه اندازی کنید

در عصر دیجیتال، یک تیم به یک پایگاه دیجیتال نیاز دارد. اما این به چه معناست؟ استفاده از چندین پلتفرم دیجیتال به تیم شما اجازه می دهد تا پروژه ها را بسیار کارآمدتر مدیریت کند. این به معنای دسترسی به خدمات ابری مورد نیاز هر عضو است، چه به صورت جداگانه، مانند **Adobe Creative Suite** یا ابزارهای همکاری مانند **Slack** با ابزارهای مناسب، می توانید راحت تر با اعضای تیم ارتباط برقرار کنید. این همچنین مدیریت پروژه را متمرکز کرد و تیم های متقابل را در سطوح مختلف فعال کرد.

تیم مناسب با عملکرد بالا را انتخاب کنید

استخدام افراد مناسب برای این شغل یکی از بزرگترین چالش هایی است که می توانید با آن روبرو شوید. حتی نامزدی که نقش خود را درک نمی کند یا مهارت های لازم را ندارد، می تواند یک شکست بزرگ باشد. البته عوامل زیادی وجود دارد که تیم مناسب را تعیین می کند، اما بسیاری از آنها نیز مشترک هستند.

مهارت های ارتباطی شفاف

همه این مهارت نرم را ندارند، اما افرادی که نقش خود را می دانند ۲۷ درصد در شغل خود موثرتر هستند. بنابراین داشتن بلندگوهای عالی در سطوح بالاتر به شدت توصیه می شود.

مهارت های تعامل طبیعی

تعامل شکل های مختلفی دارد و با توجه به نیازهای پروژه تکامل می یابد. به عنوان مثال می توان به تعهد شخصی به وظایف، تعهد تیمی و تعهد مشتری اشاره کرد.

طرز فکر صحیح برای رشد

همه افراد اخلاق کاری قوی برای پروژه ها ندارند. با این حال، ذهنیت رشد سودمند است زیرا کارگران خود را به چالش می کشند، دستاوردهای تیم را جشن می گیرند و ایمنی را تشویق می کنند.

تماس تصویری و ناهمزمان

چیزی که برای یک کارمند جواب می دهد ممکن است برای دیگری جواب ندهد. همکاری و ارتباطات مسائل مهمی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند. در حالی که جلسات گاه به گاه آنلاین از طریق تماس های تلفنی و ویدیویی ضروری است، تماس تصویری همیشه بهترین گزینه نیست. گاهی اوقات بهتر است وقت خود را صرف کار روی یک پروژه کنید تا در جلسات. ارتباطات ناهمزمان می تواند نقشی کلیدی در ایجاد آزادی بیشتر برای کارگران پر مشغله داشته باشد.

پروژه را تا حد امکان شفاف کنید

اعضای تیم ممکن است زمانی که پروژه فاقد ساختار سازماندهی شده باشد یا اطلاع رسانی نشود، ناامید شوند. آموزش یک ابزار **Project** برای کمک به کارکنان برای درک نحوه عملکرد سازمان پروژه است، اما همچنان مسئولیت ارائه آن به خوبی است. قالب‌های سازمانی برای جدول‌های زمانی داخلی، نمودارهای سازمانی تمیز و یکپارچه‌سازی برنامه‌ها با ابزارهایی که کارمندان با آن‌ها آشنا هستند، همگی گام‌های عالی برای شفاف‌سازی پروژه هستند.

بطور کلی استفاده از ابزارهای دیجیتالی مناسب یک مزیت بزرگ در ایجاد یک تیم موفق در عصر دیجیتال است. البته، شما باید خود را با افراد مناسب احاطه کنید و پروژه‌ها را به صورت شفاف ارائه دهید.

در عصر دیجیتال امروزی، پیشرفت‌های تکنولوژیکی روش کار و ارتباط ما را تغییر داده است و منجر به ظهور تیم‌های مجازی و همکاری از راه دور شده است. از آنجایی که سازمان‌ها با این واقعیت جدید سازگار می‌شوند، رهبری مؤثر نقش مهمی در رسیدگی به چالش‌ها و استفاده از فرصت‌های ارائه شده توسط فناوری و تیم‌های مجازی ایفا می‌کند. در این مقاله، تغییر چشم‌انداز رهبری در عصر دیجیتال را بررسی خواهیم کرد و در مورد استراتژی‌هایی برای رهبری و مدیریت موفق تیم‌های مجازی بحث خواهیم کرد.

تمایل به پذیرش فناوری داشته باشید: رهبری در عصر دیجیتال مستلزم تمایل به پذیرش فناوری و استفاده از پتانسیل آن برای بهبود بهره‌وری، ارتباطات و همکاری است. از ابزارهای مدیریت پروژه و پلت‌فرم‌های ارتباطی گرفته تا نرم‌افزار جلسات مجازی و راه‌حل‌های ذخیره‌سازی مبتنی بر ابر، ابزارهای دیجیتالی زیادی برای پشتیبانی از کار از راه دور و همکاری تیم مجازی در دسترس هستند. رهبران با پذیرش فناوری و ارائه ابزارها و منابع لازم به کارکنان، می‌توانند تیم‌های خود را قادر سازند تا در یک محیط کاری دیجیتالی پیشرفت کنند.

فرهنگ اعتماد را پرورش دهید: ایجاد اعتماد برای رهبری مؤثر در تیم های مجازی ضروری است، جایی که تعاملات چهره به چهره محدود است و اعضای تیم ممکن است از نظر جغرافیایی پراکنده باشند. رهبران باید شفافیت، ارتباطات باز و مسئولیت پذیری را برای تقویت اعتماد در میان اعضای تیم در اولویت قرار دهند. بررسی منظم، جلسات تیم مجازی و رویه های روشن

ارتقاء تعادل بین کار و زندگی: در عصر دیجیتال، خطوط بین کار و زندگی خصوصی به راحتی محو می شود، به ویژه برای کارگران از راه دور و تیم های مجازی. رهبران نقش مهمی در ارتقاء تعادل بین کار و زندگی و جلوگیری از فرسودگی در بین اعضای تیم خود دارند. تشویق برنامه های کاری انعطاف پذیر، تعیین انتظارات واقع بینانه در مورد حجم کاری و ضرب الاجل ها، و ارتقای ابتکارات خودمراقبتی و سلامتی، استراتژی های ضروری برای ارتقای رفاه کارکنان در تیم های مجازی هستند. با اولویت دادن به تعادل بین کار و زندگی، رهبران می توانند محیط کاری سالم تر و سازنده تری را برای تیم های خود ایجاد کنند.

تنوع را تقویت کنید: تیم های مجازی این پتانسیل را دارند که افراد را با پیشینه ها، فرهنگ ها و دیدگاه های مختلف گرد هم بیاورند. رهبران باید تنوع و گنجاندن در تیم های مجازی خود را در اولویت قرار دهند تا از پتانسیل کامل استعداد خود استفاده کنند و نوآوری و خلاقیت را تقویت کنند. ایجاد فرصت هایی برای شنیده شدن صداها، ترویج شیوه های ارتباطی فراگیر و پرداختن به سوگیری ناخودآگاه گام های اساسی برای پرورش تنوع و شمول در تیم های مجازی است. با پذیرش تنوع و شمول، رهبران می توانند تیم های قوی تر و انعطاف پذیرتری بسازند که برای رویارویی با چالش های پیچیده عصر دیجیتال مجهزتر هستند.

در عصر دیجیتال، رهبری نیازمند رویکردی فعال برای هدایت فناوری و تیم‌های مجازی است. رهبران با پذیرش فناوری، پرورش فرهنگ اعتماد، تسهیل ارتباطات مؤثر، استفاده از استراتژی‌های رهبری مجازی، تقویت تعادل بین کار و زندگی، و ارتقای تنوع و شمول، می‌توانند با موفقیت پیچیدگی‌های رهبری را در دنیای دیجیتال هدایت کنند. از آنجایی که سازمان‌ها به استقبال از کار از راه دور و همکاری مجازی ادامه می‌دهند، رهبری مؤثر برای هدایت نوآوری، مشارکت و موفقیت در عصر دیجیتال بسیار مهم است.

۱۱ اصل دیجیتال برای ایجاد نیروی کار خلاق دیجیتال

اصول اصلی برای ایجاد و حفظ محیطی در سازمان که در آن کنجکاوی تشویق شود و به تفکر خلاق پاداش داده شود، مهم است. با تغییرات سریع و تداوم اختلال دیجیتال، کسب و کارها در تمام صنایع در محیط کاری بیش از حد تهاجمی‌تر می‌شوند. این امر بر نیروی کار فشار وارد می‌کند که برای تفکر خلاقانه و تجربی بیشتر مساعد نیست. برای زنده ماندن در دینامیک دیجیتال امروزی، ایجاد فضایی منظم و مدیریت شده برای الهام بخشیدن به خلاقیت، توسعه و آزمایش مدل‌های کسب و کار جدید، محصولات، خدمات و رویکردهای مدیریت کسب و کار، محافظت از تیم‌های نوآوری در برابر منطق مسلط سازمان و عملکرد استاندارد ضروری است. رویه‌ها، به منظور تشویق تفکر خلاق و اتخاذ دیدگاه‌های جدید. در اینجا مجموعه‌ای از اصول دیجیتالی اساسی برای ایجاد یک محیط کاری خلاقانه برای آزادسازی پتانسیل جمعی انسانی آورده شده است.

۱. کشف نیازهای نوآوری به عنوان اولین گام مهم است

نوآوری کسب و کار در مورد ایجاد یک پیشنهاد ارزشی است که مشتریان بالقوه شما را جذب می‌کند تا مشتریان شما شوند. مهم‌تر از همه، بهبود وفاداری مشتری. برای مدیریت یک سبد نوآوری متعادل با ترکیب مناسبی از نوآوری مخرب، نوآوری تکاملی و نوآوری تدریجی، نیاز به بینش، همدلی و درک تلاش‌های تجاری منسجم است. هدف، افراد و تجربیات مصرف‌کننده را در مرکز هر کاری که انجام می‌دهید قرار دهید. با هدف بالاتر ارتباط برقرار کنید و اهداف واضح و مشترک ایجاد کنید.

مردم باید به چشم انداز و ماموریت شرکت ایمان داشته باشند. اولویت ها مشخص هستند و دیگر دلخواه به نظر نمی رسند. نوآوری فقط در مورد طراحی جدید، رنگ جدید یا تغییر فصلی جدید نیست. نوآوری چیزی بیش از یک ایده خیره کننده یا تغییر بازاریابی در یک محصول موجود است. نوآوری همچنین در مورد استفاده از چیزهایی است که قبلاً دارید به روشی منحصر به فرد و خلاقانه که قبلاً هرگز انجام نشده است و استفاده از آن چیز برای کسب سود.

۲. بازآفرینی مرحله استارتآپ برای تشویق مخالفت، باز بودن و تفکر مستقل

دنیای دیجیتال پویا، غیرخطی، نامطمئن و بی ثبات است. یکی از بزرگترین چالش ها در این دنیای دیجیتالی پویا و پیچیده این است که ما به دیدگاه های متفاوت، دانش متفاوت و راه های متفاوتی برای حل مشکلات نیاز داریم.

ما همچنین باید مسیرهای جایگزینی را برای آزمایش، سرمایه گذاری و کشف نرمال دیجیتال جدید در پیش بگیریم تا به اهداف تجاری کاملاً تعریف شده دست یابیم. برای بسیاری از سازمان ها، به ویژه سازمان های بزرگ و تأسیس شده، بوروکراسی زدایی و نوآوری چندان آسان نیست. بازآفرینی مرحله راه اندازی و ایجاد محیطی که در آن رهبران کسب و کار، مخالفت، رک و راست بودن را تشویق می کنند و مردم را تشویق می کنند تا وضعیت موجود را زیر سوال ببرند و مستقل فکر کنند، ضروری است. گاهی اوقات "یک پاسخ" وجود ندارد، چند یا چند وجود دارد. اداره یک کسب و کار نوآورانه به این معنی است که یک سازمان می تواند خارج از چارچوب فکر کند، راه های جایگزینی برای انجام کارها از بیرون به درون بیابد، محصولات یا خدمات جدید را بر اساس نیازهای کسب و کار ایجاد کند و راه حل های بهینه برای حل مشکلات موجود یا در حال ظهور پیدا کند.

۳. ایجاد یک فرهنگ قوی برای اعمال شفافیت و روابط تجاری بلند مدت

فناوری دیجیتال جهان را بازتر و شفاف تر از همیشه می کند. در سطح سازمانی، شرکت ها همیشه به هم متصل و بیش از حد به هم متصل هستند. کسب و کارها باید محیطی را ایجاد کنند که برای یکپارچگی، اعتماد باشد.

۴. اجازه دادن به خودمختاری. اجازه دهید مردم انتخاب کنند که چگونه و روی چه چیزی کار کنند

سازمان های دیجیتال استقلال را تشویق می کنند و خلاقیت را القا می کنند. به عبارت دیگر، مدیریت بر «چرا» و «چه چیزی» تمرکز دارد نه «چگونه» خودمختاری خلاقیت را تحریک می کند. خلاقیت زبانی دارد، اما با زبانی که در محیط کسب و کار مرسوم وجود دارد، کاملاً متفاوت است. هر فرد دارای مقدار نامعلومی از خلاقیت، انگیزه و بهره وری و همچنین مقدار نامعلومی از تخیل، هوش، دانش، تجربه و انرژی است. اکثر سازمان های نوآور توسط رهبران قوی رهبری می شوند که می توانند شایستگی های افرادی را که می توانند متفاوت فکر کنند ببینند، درک کنند و قدردانی کنند. میزان نیروی مغزی که کارکنان به شغل خود می آورند تقریباً به طور کامل به مدیریت و فرهنگ شرکت بستگی دارد. کنجکاوی را تشویق کنید و ذهنیت رشد را توسعه دهید.

چالش های فکری را فراهم کنید و به مردم کمک کنید تا به طور مداوم پیشرفت کنند. به تیم این آزادی را بدهید تا کارها را به روش خود انجام دهند، راه حل های جایگزین پیدا کنند و بهترین نتیجه را به دست آورند. به عنوان یک قاعده کلی، باید جایی برای شکست، انحراف و «تفاوت» بگذارید. با استقلال، تیم خود را سازماندهی می کند که چگونه مشکلی را که به آن ارائه شده است حل کند.

۵. بر آنچه که مشتریان می خواهند و بازار در حال حرکت است تمرکز کنید

یکی از ویژگی های کلیدی شرکت دیجیتال، مشتری مداری است. بنابراین مشتری یک عنصر اساسی در فرآیند کلی نوآوری است. نوآوری مشتری محور بسیار بیشتر از بهبود تدریجی محصول است. همچنین می تواند مدل های تجاری مقیاس پذیر و همچنین محصولات و خدمات انقلابی ایجاد کند که دسته های جدیدی را ایجاد می کند و حتی بهبود فرآیندهای داخلی ناشی از نوآوری مشتری محور است. مشتریان، از جمله مشتریان بالقوه، نیاز به تحقیق و مشاهده دارند. از طریق مشاهدات عمیق، درک همدلانه ای از کاربران به دست آورید و از رویکرد استقرایی بیشتری نسبت به آنچه که مشتری می خواهد «بعدی» انجام دهد، استفاده کنید. تمرکز بر برآوردن نیازهای مهم مشتری، به جای ایجاد موضوعات تحقیقاتی جالب، کمک می کند تا اطمینان حاصل شود که نتایج رویکردهای نوآورانه تأثیر مثبتی بر مشتریان، شرکا، کاربران نهایی و بازار خواهد داشت.

۶. نوآوری را از منظر توسعه قابلیت های نوآوری در سراسر شرکت در نظر بگیرید

نوآوری شامل سه مرحله است: کشف یک مشکل یا ایده جدید، طراحی یک راه حل نمونه اولیه، و ارائه نهایی یک نتیجه تجاری زیر کانه. بهترین دیدگاه این است که نوآوری را به عنوان یک سیستم در نظر بگیریم که قادر به ارائه قابلیت در سراسر سازمان است. محتوای سازمانی ظرفیت نوآوری است که سازمان چگونه نوآوری می کند. این امر مستلزم یک «سیستم نوآوری» مؤثر است که بتواند هم از نوآوری های افزایشی گسترده در محصولات یا خدمات و هم از نوآوری های «تغییر ریشه ای» نادرتر در روش های کاری، مدل های کسب و کار و موقعیت یابی در بازار پشتیبانی کند.

سازمان های نوآور طیفی از رشته ها، فناوری ها، فرآیندها و راه حل های ساختاری مختلف را به کار می گیرند. مدیریت نوآوری مستلزم بیشترین ریسک پذیری در یک زنجیره ارزش استراتژیک، از جمله سازمان ها، سرمایه گذاری ها و دارایی ها است. فضایی منظم و مدیریت شده برای توسعه و آزمایش مدل ها، محصولات و رویکردهای جدید کسب و کار ایجاد کنید. یک اکوسیستم نوآوری یا محیط

روش شناختی باید کل فرآیند نوآوری، از فرآیندهای مدیریت ایده یا سیستم‌های پردازش ایده گرفته تا اجرا و ترویج ایده را پوشش دهد.

۷. سهامداران و مدیریت ارشد باید توافق کنند که مجموعه بعدی صورتهای مالی فقط در مورد اهداف کوتاه مدت تجاری نیست.

نوآوری خطر شکست را به همراه دارد، که عموماً در بازاری که توسط ذهنیت ریسک‌گریز اداره می‌شود، تحمل ضعیفی دارد. برخی از نوآوری‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری طولانی مدت دارند. از منظر مالی، مانند نوآوری، شاید بهتر باشد که بودجه را خیلی محدود مانند پروژه‌های معمولی تعریف نکنید. در واقع، بخشی از معمای نوآوری این است که مدیریت ممکن است نداند که چگونه و برای چه چیزی از بودجه استفاده خواهید کرد. و برخی از نوآوری‌ها باید توسط منابع تقویت شوند در حالی که برخی دیگر توسط منابع بهبود می‌یابند.

۸. سیاست و فرآیند مدیریت عملکرد و جبران خسارت باید نشان‌دهنده تعهد سازمان به نوآوری باشد مانند بسیاری از انواع دیگر مدیریت، مدیریت عملکرد برای ملموس تر کردن ارزش نوآوری، تجزیه و تحلیل نسبت هزینه به فایده نوآوری و اندازه‌گیری تلاش برای نوآوری از نظر کیفی و کمی مهم است. نوآوری مستلزم سطح معینی از دستورالعمل‌ها و قوانین است. اندازه‌گیری‌ها را ساده و قابل فهم نگه دارید.

هر ایده نوآورانه برای موفقیت در توسعه و ایجاد ارزش تجاری باید معیارهای زیر را برآورده کند: مصرف‌پذیری، بازارپذیری، امکان‌سنجی و سودآوری. از دیدگاه مدیریت نوآوری در محیط کار و

نیروی کار، دو نوع اندازه گیری وجود دارد: نوع اول سنجش خلاقیت محیط کار از طریق پیامدها یا پیامدهای افکار و اقدامات خلاقانه است. چه ارزشی با این چیزهای جدید ایجاد و اجرا شد؟

نوع دوم ارزیابی از طریق محرک های نوآوری، یعنی عناصر تقویت کننده ظرفیت نوآوری سازمانی انجام می شود. برای اندازه گیری این، باید سازماندهی منابع خلاقیت و همچنین ساختارها و فرهنگ هایی که نوآوری را تقویت می کنند، قدردانی کنیم. معیارهای مناسب را با تصمیم گیری در مورد اینکه کدام یک برای پیشرفت برای ارائه ارزش تجاری بیشتر ضروری هستند، انتخاب کنید.

۹. ریسک بخشی از نوآوری است، اما شما می توانید برخی از این ریسک ها را مدیریت کنید

باید به کارمندان «اجازه» برای نوآوری داده شود. شکست نباید توهین باشد و در واقع، اگر تعداد کمی از آنها نباشد، به این معنی است که شما به اندازه کافی تلاش نمی کنید. شکست را باید به عنوان یک تجربه یادگیری دید تا یک تخلف. فرهنگ یادگیری مستمر را ایجاد کنید و تفکر نوآورانه را تشویق کنید.

هدف از ارزیابی ریسک ها در برابر معیارهای پیامد، تعیین این است که کدام ریسک ها باید مدیریت شوند و چه کسانی باید در مدیریت نوآوری مشارکت داشته باشند. وظیفه مدیریت این است که در هنگام بروز شکست کمک کند تا آن را به عنوان یک تیم برگردانیم. تعریف ریسک به این روش به مدیریت شرکت اجازه می دهد تا سطح پیامد (با فرض احتمال وقوع ریسک) را که باید از آن مطلع شود (تشدید) و سطح پیامد یک رویداد را که به نظر آنها آستانه ای است که مدیریشان را ملزم می کند تا بخشی از زمان خود را از سایر فعالیت های تجاری به مدیریت ریسک خاصی که نمی خواهند در مورد آن مطلع شوند اختصاص دهد، تعریف کند.

مدیریت ریسک های نوآوری شامل دور شدن از «بهترین شیوه های» پذیرفته شده و پرسیدن اینکه آیا یک رویکرد اساساً متفاوت انعطاف پذیری، حساسیت و پاسخ گویی بیشتری را فراهم می کند یا خیر.

۱۰. محل کار خلاق بر یک مثلث با سه رأس است: فرهنگ، روش و مردم

خلاقیت یک تلاش طولانی مدت است. باید کشت شود. فرهنگ باید از هیئت مدیره به پایین پرورش داده شود، در غیر این صورت هیچ حمایت واقعی صورت نمی گیرد. روش شناسی علمی برای دستیابی به عملکرد بالا، تسهیل خلاقیت تیم و ارائه ابزار خلاقیت مناسب ضروری است. مردم باید مشتاقانه مشارکت کنند، استقلال مناسبی به دست آورند و متوجه شوند که ابتکاراتشان چه زمانی به ثمر می رسد. تیم ها بر اساس سطح بالایی از انگیزه افراد (خودانگیزه) ساخته می شوند که نمی توان آن را خرید.

از طریق یادگیری و توسعه اجتماعی، خلاقیت یا از طریق تقویت مثبت پرورش می یابد یا از طریق تقویت منفی خفه می شود. به طور کلی، هر چه کارکنان نوآورتر باشند، تحمل کمتری نسبت به ساختارها (سیاست ها، قوانین و پارادایم ها) دارند و کمتر به اجماع احترام می گذارند. نوآوران اغلب ترجیح می دهند «کارها را متفاوت انجام دهند» و چنین تغییر شکل یا پارادایم شکنی به معنای سست کردن ساختارها و به چالش کشیدن اجماع است تا زمانی که راه جدید اتخاذ شود و به ساختار یا پارادایم جدید تبدیل شود. خلاقیت یک تلاش طولانی مدت است.

۱۱. نوآور بودن یک حالت ذهنی است که مهمتر از انجام هر نوع نوآوری است.

باید به کارمندان «مجوز» داده شود و به نوآوری تشویق شوند. درست همانطور که انرژی را در حال آزاد شدن از یک حالت پایدار به حالت دیگر می یابیم، نوآوری واقعیت های بیرونی خود را در تلاش برای حرکت به حالت پایدار درون خود می یابیم. به این انرژی نوآور بودن می گویند.

از دیدگاه مدیریت سازمانی، محیطی امن ایجاد کنید تا به افراد کمک کند از شکست ها درس بگیرند و با هرج و مرج، عدم اطمینان و ابهام راحت تر شوند. برای بازی و آزمایش زمان بگذارید. شکست را باید به عنوان یک تجربه یادگیری دید تا یک تخلف. فرهنگ یادگیری مستمر را ایجاد کنید و تفکر

انقلابی را تشویق کنید. مهم است که یک محیط گروهی ناهمگون داشته باشیم و به مردم اجازه دهیم که یک ایده را از زوایای مختلف ببینند، افکار و ایده‌های مختلف را تامل کنند و تکنیک‌های مختلف تفکر را به کار گیرند.