

Łatwiej już było!

Próba zdefiniowania sytuacji geopolitycznej po zakończeniu Zimnej Wojny przyniosła termin **VUCA**, który szybko został zaadoptowany przez świat biznesu.

Odnosi się do rzeczywistości pełnej
zmienności (volatility),
niepewności (uncertainty),
złożoności (complexity)
i **niejednoznaczności** (ambiguity).

Odnosi się więc wprost do Twojego i mojego dnia codziennego. Do tworzonych pieczołowicie strategii, które przestają być relewantne dzień po ich wdrożeniu z uwagi na stada czarnych łabędzi. Do projektów, które już na starcie posiadają zbyt krótki „deadline” i zbyt mało zasobów na ich realizację. Do struktur, które rosnąc produkują kolejne stanowiska, które tworzą... zajętość dla innych stanowisk, które... Brzmi znajomo?

Nie jest tak, że generujemy obciążenie pracą „dla sportu”. Organizacje zawsze funkcjonują w pewnym środowisku. Klienci, konkurencja, pracownicy, czy regulacje prawne, to tylko część tego środowiska, które tworzy prawdziwą presję. I teraz, albo znajdujesz „niebieski ocean”, który daje Ci pewien komfort pracy na (jeszcze) nie zagospodarowanej przestrzeni, albo (częściej) grasz w grę z rosnącymi oczekiwaniami rynku. A w tej grze odpuszczenie oznacza przegraną. Twoja konkurencja zwykle nie jest bowiem rozpasanym i sytym kotem wygrzewającym się przy kominku. Bliżej jej do agresywnego i lekko wygłodzonego lisa, który cały czas pracuje nad tym, aby wejść „z drzwiami” do twojego kurnika.

Klienci również nie rozpieszczają. Dostarczasz najlepszy serwis w całej branży? Świetnie! Pamiętaj tylko, że dzisiejsze, ekstremalnie pozytywne doświadczenia Twoich partnerów biznesowych będą ich jutrzejszymi oczekiwaniami. To co dziś dowozisz robi „wow”? Świetnie! Jutro będzie jednak już tylko „ok”,

a w przyszłym tygodniu „poniżej standardu”. W końcu wszyscy chcemy ewolucji i rozwoju, a wzrost oczekiwań jest tego integralną częścią.

Te rosnące oczekiwania generują presję, którą Ty pewnie również odczuwasz i która nie jest dla Ciebie komfortowa. Być może w Twojej organizacji zwraca się uwagę na nastroje pracowników. Dziś, szczęśliwie, jest to już pewien standard (osobną dyskusją jest, czy cokolwiek z tego wynika). Do ćwiczenia sprawdzającego gdzie jesteśmy z nastrojami w naszej firmie, w zależności przede wszystkim od skali organizacji, służyć może kilka aktywności. Może to być całkiem zwyczajna rozmowa szefa z pracownikami (niezmiennie polecam!), krótki kwestionariusz satysfakcji, czy też profesjonalna, wyspecjalizowana firma badawcza. Agregując wyniki tych informacji zwrotnych na poziomie globalnym, wyłania się kilka meta trendów, właściwych dla niemal całego świata. Piszę „niemal”, bo część Azji będąca w trybie „jesteśmy na turbo dorobku” ma nieco inne zdanie. Tak zwany Świat Zachodni mówi jednak jasno i wyraźnie.

Czujemy presję wynikającą z dzisiejszego, pędzącego świata!

Dane! Coraz więcej danych!

Jednym z kół zamachowych owej rosnącej presji jest bezwzględnie rosnąca cyfryzacja, która dotyka absolutnie każdej dziedziny Twojego życia i każdej interakcji społecznej, zarówno o podłożu prywatnym jak i zawodowym.

Współcześnie, zarówno generujemy, jak i absorbujemy ilości danych, które byłyby nie do pomyślenia dla naszych bardzo niedalekich przodków.

Precyzyjnie rzecz ujmując wspólnie tworzymy ok. 2,5 kwintaliona bajtów danych dziennie (stan na styczeń 2020). Nie przejmuj się, mi też ta liczba nic nie mówi, poza faktem, że to pewnie dużo.

Skalę zjawiska znacznie łatwiej określić jeżeli uzmysłowimy sobie, że historia homo sapiens sięga, w zależności od tego kogo się o to zapyta, od 260 do 350 tysięcy lat wstecz. Musiało więc minąć nieco czasu, od tamtych lat do generowania danych na masową skalę. Dla uproszczenia przyjmijmy, że te fabryki danych mogły wystartować wraz z wynalezieniem ruchomej czcionki. Czyli, jesteśmy już w jedenastowiecznych Chinach (tak tak, Chińczycy korzystali z tego dobrodziejstwa na długo przed Europejczykami.) Biblia 42-wierszowa to z kolei już rok 1455. Z perspektywy pierwszego człowieka rozumnego, różnica czasowa pomiędzy istnieniem Jana Gutenberga i jego nowoczesnych metod druku, a Tobą, Drogi Czytelniku, wyrażana powinna być w zasadzie w minutach.

Idźmy dalej. Pierwszy komputer to już wiek XX. Do tego miana pretenduje kilka wynalazków. Jednym z nich jest ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer) wynaleziony w Stanach Zjednoczonych w 1943 roku. Sieć www to już naprawdę powstała przed chwilą. Dokładnie w 1989 w szwajcarskim CERN. Wtedy zaczęła się prawdziwa eksplozja danych. Można by powiedzieć, prawdziwe wariactwo, czyż nie? Cóż, XXI wiek patrzy na to jedynie z pobłażliwym uśmiechem, dając nam miłościwie jedno po drugim, w coraz krótszych odstępach czasowych: sieć 2.0, media społecznościowe, „streaming” wideo, „big data”, „internet of things”, maszynowe uczenie i sztuczną inteligencję. O czymś zapomniałem?

Efekt?

90% danych istniejących w skali globu na koniec roku 2019, powstało w latach 2018 – 2019!

Warto zwrócić uwagę na tę dynamikę. Przez setki tysięcy lat nic, cisza jak makiem zasiał. Po czym „boom!” i nagle, w ciągu niecałych 600 lat, powstają „wszystkie” dane świata! Nie ma szans, człowiek nie jest w stanie nadążyć z ewolucją, by umieć rozsądnie odnaleźć się w tym tempie zmian. Jeżeli czujesz się więc nieco oszołomiony, nie przejmuj się, nie jesteś sam.

To fakt. Technologia rozwija się szybciej niż Ty, czy ja. I nie jest to jedynie kwestia absorpcji poszczególnego wynalazku, czy pojedynczej nowej aplikacji. To w zasadzie jeszcze z lepszym, lub gorszym skutkiem wdrażamy. Schody zaczynają się kiedy masz świadomie zbudować i rozwijać wokół siebie cały technologiczny ekosystem, który będzie pracował z korzyścią dla Ciebie, etycznie i bez krzywdzenia innych. To już wyższa szkoła jazdy.

Przykład ze stolicy

Warszawiacy z naprawdę dużym entuzjazmem przyjmowali kolejne wdrożenia dotyczące nowoczesnego miejskiego transportu. Pierwszym, śmiałym krokiem, który przetarł ścieżki, były rowery, które można było wypożyczać na minuty. Następnie pojawiły się hulajnogi elektryczne i auta wynajmowane w podobnej formie. Idea „sharing economy” (tłumaczonej niezbyt zgrabnie na gospodarkę współdzielenia) w pełnej krasie. Powszechne wykorzystanie tego typu usług jest jak najbardziej korzystne dla wielu stron. Swobodny dostęp do danego zasobu w momencie w którym go potrzebujesz, jest zwykle bardziej racjonalny ekonomicznie niż posiadanie go na własność. Współdzielenie pojazdów to również finalnie ich mniejsza liczba, a więc mniejsze korki i mniejsze obciążenie dla infrastruktury i środowiska.

Ta piękna historia potrzebuje jednak jeszcze jednego, integralnego elementu, by móc funkcjonować stabilnie i długofalowo. Tym elementem są wyedukowani i świadomi użytkownicy, z którymi już nie było tak prosto. Próg wejścia do skorzystania z samej technologii okazał się relatywnie niski. Zainstalowanie i skonfigurowanie odpowiedniej aplikacji na smartfonie, a następnie zasilenia konta środkami pieniężnymi nie przysparzało nikomu większych trudności. Co innego odpowiedzialne wykorzystanie współdzielonych środków transportu. Porzucane w parkach rowery, zderzenia rozpędzonych hulajnóg z pieszymi na chodnikach, czy zaparkowane w niedozwolonych miejscach, utrudniające komunikację innym, auta. To tylko wybrane przykłady niewłaściwego wykorzystania nowoczesnego pomysłu na przemieszczanie się. Warszawskie ulice widziały też bardziej ekstremalne formy użytkowania powierzonych pojazdów, jak choćby hulajnogi spadające z mostów, czy też samochody pozostawiane... w Wiśle.

**Można więc pokusić się o stwierdzenie, że mamy już nowoczesne „smart” miasta.
Teraz potrzebujemy jeszcze nowoczesnych „smart” mieszkańców...**

Nie ma tu się czemu dziwić.

Technologia bowiem, podobnie jak biznes, z definicji nie jest etyczna.

Jest, tylko i aż, narzędziem w rękach ludzi, które tak jak nóż, może służyć zarówno do posmarowania masłem kromki chleba, jak i do brutalnego mordu. Najznakomitsi laureaci nagrody Nobla z Fizyki w drugiej połowie XX wieku to w wielu przypadkach również aktywni uczestnicy Projektu Manhattan, którego efektem były bomby atomowe zrzucone na Hiroszimę i Nagasaki w sierpniu 1945 roku, które pochłonęły ponad 100 tysięcy istnień ludzkich.

Naiwnością jest więc dziś korzystanie z dobrodziejstw (bo bezsprzecznie są to dobrodziejstwa!) współczesnego Internetu, bez należytej refleksji i pewnej dozy ograniczonego zaufania. Szczególne podejrzenia powinna w Tobie budzić choćby każda aplikacja, która pojawia się na Twoim telefonie bezpłatnie. Zasada jest znana powszechnie i dość prosta. Jeżeli sam nie płacisz za daną usługę to znaczy, że w tym związku, to Ty jesteś produktem. Zupełnie osobny wątek to generowanie, udostępnianie i przetwarzanie danych, a także ich prywatność. Nie będziemy się tym tutaj szeroko zajmować. Upraszczając więc ten wątek do bólu. Nic co robisz w sieci, prywatne nie jest. Kropka.

**Pozostawmy kwestie intymności w świecie wirtualnym.
Z perspektywy tematyki tej publikacji, istnieje bowiem temat
może nawet istotniejszy. Jest nim walka o Twoją uwagę.**

Złodzieje uwagi i twórcy nawyków

To naprawdę cenna konstatacja. W chwili gdy czytasz ten tekst, jako jego autor dokonałem właśnie ogromnego zwycięstwa. Absolutnie ogromnego i za to niezmiernie Ci dziękuję, starając się, w rewanżu, odwdziżyć wartościowymi, mam nadzieję, treściami. Z kalejdoskopu niemalże nieskończonych możliwości alokacji Twojego najcenniejszego bez dwóch zdań zasobu, jakim jest czas, Twoja, mniej lub bardziej świadoma, decyzja padła właśnie na ten tytuł. Prawdopodobieństwo zaistnienia takiego właśnie wyboru jest wręcz na granicy realności, tym bardziej pomyślnie jak do tego doszło i zastanówmy się kto potencjalnie mógł być moją konkurencją.

W pierwszej linii powiedzielibyśmy pewnie, że rywalem w walce o Twoją uwagę był szereg innych książek dotyczących tak bardzo pojemnego i niejednoznacznego obszaru, jakim jest własny rozwój (żeby, o zgrozo, nie sięgnąć po pojęcie – rozwój osobisty). Ta ścieżka wydaje się być zdecydowanie najbardziej oczywista. Kontrkandydatem dla jednej książki, jest inna książka. Czy tak?

Niekoniecznie.

Konkurentami, o wiele przebieglejszymi i bardziej podstępными, są w tej właśnie chwili:

- media społecznościowe
- serwisy z wideo na życzenie
- serwisy z audio na życzenie
- maile
- komunikatory
- gry

...i co tam jeszcze masz zainstalowane w telefonie, tablecie, konsoli, komputerze, zegarku czy telewizorze.

Pamiętaj, że właśnie w tej chwili, prawdziwa armia, składająca się z najzdolniejszych i wysoce wyedukowanych ludzi różnych profesji, pracuje w pocie czoła, jednocześnie w wielu miejscach na świecie, nad realizacją dwóch, bardzo precyzyjnie zdefiniowanych celów.

**Pierwszym z nich jest kradzież Twojej uwagi.
Drugim jest trwała zmiana Twojego zachowania.**

I są w tym niesamowicie wręcz kreatywni, zdając sobie sprawę, że ta rozgrywka toczy się na bardzo wielu frontach jednocześnie. Odkładając tę lekturę (nie zachęcam!) możesz bowiem sięgnąć po telefon, zwabiony dźwiękiem powiadomienia. Kolorowe ikony na wyświetlaczu wyzwalaają automat w Twoim mózgu. Palec instynktownie dotyka tą niebieską, od niej zawsze zaczynasz. Przewijasz dość bezmyślnie tablicę. W sumie to może jakiś serial. W międzyczasie kilka wiadomości do znajomych. Nudny ten odcinek. Zagrajmy w coś! Tak mijają Ci (bezwrotnie!) dwie godziny. Dałeś się porwać kilku różnym dostawcom usług, mniej lub bardziej fragmentarycznie, a jednak skutecznie. Odwiedziłeś wirtualne miejsca, które na pierwszy rzut oka nie konkurują ze sobą. W ciągu tych dwóch godzin jednak rywalizacja szalała na całego. O Ciebie. Tak bardzo jesteś istotny.

Nie ma więc dzisiaj osobnego świata gier wideo. Nie ma odrębnej kategorii serwisów transmitujących filmy i seriale. Wreszcie nie ma mediów społecznościowych, funkcjonujących w sposób wyizolowany od całości ekosystemu.

Wszystkie te usługi konkurują (i to bezpardonowo) na jednym i tym samym rynku. Rynku Twojej uwagi.

W liście otwartym do swoich inwestorów z końca 2018 roku, szefostwo Netflixu za swoją największą konkurencję wskazało, nie jakby mogło się wydawać, jednego z pozostałych dużych serwisów tego typu, jak Disney+, AmazonPrime, czy HBO Go, ale grę sieciową Fortnite, markę na pierwszy rzut oka z zupełnie innej kategorii. Zaskakujące? Z całą pewnością nie bardziej niż główny konkurent, którego wskazał rok wcześniej Prezes Netflixu, Reed Hastings. Był nim... Twój sen.

„Dostajesz program lub film, który naprawdę masz ochotę obejrzeć, i oglądasz go do późnych godzin nocnych, a więc tak naprawdę finalnie konkurujemy ze snem” powiedział Hastings, dodając po chwili: „I wygrywamy!”

I to jest właściwa optyka.

Film lub sen. Książka lub spacer. Instagram lub czas spędzony z własnym dzieckiem.

Właśnie...

Trzy lata temu, wspólnie z moim synem, jednego z wieczorów, bawiliśmy się drewnianą kolejką, układając kolejną nitkę torów, których mieliśmy naprawdę dużo. Pamiętam, że cały pokój, poczynawszy od drzwi, do biurka i okna, był jednym wielkim placem budowy. Mosty, wiadukty, zajeżdźnie i zwrotnice. Było przyjemnie. W trakcie zabawy usłyszałem jednak od Franka pytanie, które zostanie ze mną prawdopodobnie na zawsze.

„Tato, powiedz mi, czemu nie bawisz się ze mną, tylko z komórką?”

Ok.

Kiedy otrzymujesz tego typu informację zwrotną od swojego partnera biznesowego, czy przełożonego, mniej lub bardziej możesz to wziąć do siebie. Zwykle jednak mniej, bo przecież wiadomo, przesadza. Kiedy jednak mówi to Twoje ukochane dziecko, dostajesz tą obserwacją w twarz, zupełnie bez przygotowania i to na tyle mocno, że dociera. I boli.

Dziś jestem wielkim dłużnikiem mojego Syna za tę rozmowę. Nie tyle dużo mnie nauczyła, co pokazała, że dysfunkcje o których na co dzień czytasz w książkach dotyczą Ciebie bezpośrednio. Tzn. od lat wiedziałem, że telefon komórkowy jest narzędziem, które sam wykorzystuję często i na wiele sposobów. Zdawałem sobie sprawę, że może go nieco nadużywam.

Nie miałem natomiast świadomości, że w zasadzie **wszystkiemu co robię towarzyszy smartfon**. Wtedy był pierwszą rzeczą po którą sięgałem po przebudzeniu i ostatnią z którą miałem kontakt przed snem. Leżał na stole podczas pracy, ale i podczas obiadów z rodziną. Miałem go w rękach kiedy pisałem maile, ale także kiedy rozmawiałem z Żoną. Zerkąłem po niego, niby mimochodem kiedy wreszcie bawiłem się z Frankiem kolejką. Myślałem, że nikt tego nie widzi. On widział. Wszyscy widzą... Ciebie też.

To klasyczne uzależnienie. I nawet nie bardzo możesz mieć do siebie o to wielką pretensję. Armia ludzi, pamiętasz? Ta walka nie jest do wygrania na ich zasadach. Jeżeli telefon jest blisko i możesz go zobaczyć lub usłyszeć, pewnie po niego sięgniesz. A kiedy sięgniesz, nie jesteś już na swoim boisku, tylko na ich. Znają je lepiej bo sami je projektowali. To nie jest równa walka.

Twoją uwagę już więc komuś oddałeś. Teraz czas na zmianę zachowania.

Zmienia się ono pod wpływem konkretnych aplikacji, czy serwisów z których korzystasz? Pewnie nie. W końcu kto jak kto, ale Ty jesteś wyedukowanym i świadomym prosumentem, który z niejednego pieca chleb jadł i wie jak się z powodzeniem odnaleźć w cyfrowym świecie. Tak?

To sprawdźmy!

Sięgnij (tylko przytomnie!) po swój telefon. Przejrzyj listę aplikacji. Szczególnie przyjrzyj się tym, których ikony pojawiły w Twoim posiadaniu bezpłatnie. One w pierwszej kolejności powinny wzbudzić w Tobie choć trochę zdrowej nieufności. Zastanówmy się. Dlaczego ktokolwiek, obcy Ci w końcu, miałby oferować Ci aplikację, której produkcja kosztowała realne pieniądze wypłacane na zakup odpowiedniego oprogramowania, licencje, czy pensje programistów, grafików, scenarzystów i wielu innych zaangażowanych w dany projekt.

Do czego tych aplikacji używasz? Jakie korzyści Ci dają? Jak często z nich korzystasz? Ile razy w tygodniu? Ile razy dziennie? Jak myślisz, z jakiego powodu są bezpłatne? Czy bezpłatna jest ich instalacja, czy też może już dalsze korzystanie wymaga opłat?

Warto te pytania sobie zadać, jedynie po to, aby ustalić motywację autorów i producentów do wprowadzenia ich programu na dysk Twojego telefonu. Jeżeli jest to narzędzie Twojej pracy lub źródło świetnej rozrywki, a do tego czujesz uczciwie sam przed sobą, że kontrolujesz to wykorzystanie – super! Jeżeli zapłaciłeś za nie lub płacisz co miesiąc w modelu subskrypcyjnym, tutaj również transakcja wydaje się być transparentna. W innym wypadku, cóż.

W sieci znajdziesz rozpisane, potężne procesy modelujące ludzkie zachowanie poprzez mobilne aplikacje, z rozdziałami dotyczącymi takich obszarów jak niski próg wejścia, pierwszy kontakt, szybkie doświadczenie korzyści w pierwszej sesji, optymizm dotyczący przyszłych rezultatów, satysfakcja z wykonanych osiągnięć. To nie jest bełkot ignorantów, tylko poważne efekty pracy psychologów społecznych.

Oznacza to tylko i aż tyle, że wplecenie wyżej wymienionych technik w linie kodu oprogramowania z wysokim prawdopodobieństwem zaowocują zmianą w Tobie. Oby była ona w pierwszej kolejności zgodna z Twoją intencją, a dopiero w kolejnej z intencją autora kodu, czego Tobie i sobie gorąco życzę.

O Autorze

Piotr Stachowiak

Dyrektor Sprzedaży i Członek Zespołu Zarządzającego Hilti Polska – liczącej ponad 500 pracowników firmy, będącej światowym liderem w systemowych rozwiązaniach dla budownictwa i przemysłu, opartych o innowacyjne produkty, usługi i oprogramowanie. Od 2004 roku związany ze sprzedażą. Pracował dla takich marek jak Empik, Orange, DHL Express, Bonnier, czy Tech Data. Odpowiadał za sprzedaż bezpośrednią, kanały sprzedaży i obsługę Klienta, ale również za rozwój kompetencji i postaw pracowników działów handlowych, pełniąc rolę trenera i mentora.

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego ze specjalizacją: zarządzanie konfliktem. Wierzy w rozwój oparty na silnych stronach.

Prywatnie: mąż, oraz ojciec 10 letniego Franka i 8 letniej Marysi.
Pasjonat motocykli, nie tylko w wydaniu sportowym.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/piotrstachowiak/>