

ReadBooks4U



ΤΙΤΛΟΣ:

"ΤΙ ΘΑ ΕΚΑΝΕ Η GOOGLE"

Συγγραφέας: Jeff Jarvis

Εκδόσεις: Μεταίχμιο

Dimitra Zervaki
Find your Vantage Angle



www.dimitrazervaki.com

Περιεχόμενα

Η Google στο τιμόνι.....	2
Εάν η Google Κυβερνούσε τον Κόσμο	10
Η Γενιά G	16

Άδεια Χρήσης:



Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή
CC BY-NC-SA

Αυτή η άδεια επιτρέπει στους άλλους να αναμειγνύουν, να τροποποιούν, και να δημιουργούν πάνω στο δικό σας έργο, κατά μη-εμπορικό τρόπο, αρκεί να σας πιστώνουν για την αρχική δημιουργία κι να υπαγάγουν τις νέες τους δημιουργίες υπό τους ίδιους όρους.

[Δείτε την Εκχώρηση Άδειας](#) | [Προβολή νομικού κώδικα](#)

«Ερχόμενοι λοιπόν σήμερα αντιμέτωποι με τόσες προκλήσεις, έχει νόημα να αναρωτηθούμε: Τι θα έκανε η Google;

Στο μάνατζμεντ, στο εμπόριο, στις ειδήσεις, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, στη βιομηχανική παραγωγή, στο μάρκετινγκ, στις βιομηχανίες υπηρεσιών, στις επενδύσεις, στην πολιτική, στη διακυβέρνηση, ακόμα και στην εκπαίδευση και στη θρησκεία, η απάντηση σε αυτό το ερώτημα είναι το κλειδί που επιτρέπει την πλοήγησή μας σε έναν κόσμο που έχει αλλάξει δραστικά και για πάντα»

Ο [Jeff Jarvis](#) είναι ένας «πολυδιάστατος» άνθρωπος με μεγάλη εμπειρία στο πεδίο των media. Διατηρεί ένα από τα πιο διάσημα και έγκυρα blog για το Διαδίκτυο και τα Μέσα, το [Buzzmachine.com](#) ενώ ταυτόχρονα διδάσκει, αρθρογραφεί, είναι σύμβουλος σε θέματα δημοσιογραφίας.

Αποφάσισα να σας παρουσιάσω αυτό το βιβλίο διότι:

- είμαι απόλυτα σύμφωνη με το perspective του συγγραφέα το οποίο είναι ότι δεν πρέπει να εστιάζομαστε στα προβλήματα αλλά στις λύσεις και στις ευκαιρίες
- ο τρόπος που γράφει ο Jeff Jarvis είναι άμεσος, απλός, κατανοητός...he is blogging!!!
- Αυτό το βιβλίο μπορεί να αποτελέσει έναν οδηγό τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους ανθρώπους που βρίσκονται σε «αδιέξοδο» και θέλουν να δημιουργήσουν κάτι καινούριο, ένα start-up
- Είναι ένα βιβλίο που αφορά τη σχέση της κοινωνίας με το Διαδίκτυο και παρουσιάζει τις ραγδαίες αλλαγές που συμβαίνουν καθημερινά και πώς μπορούμε αυτές να τις «εκμεταλλευτούμε»

Το βιβλίο είναι δομημένο με έναν τρόπο που βοηθά τον αναγνώστη να κατανοήσει τον τρόπο που λειτουργεί η Google και στη συνέχεια του δίνει τη δυνατότητα να ανακαλύψει πώς θα μπορούσε ο «τρόπος» της Google να εφαρμοστεί στο κόσμο των επιχειρήσεων και της καθημερινής ζωής. Τέλος, γίνεται αναφορά στο κατά πόσο η Googleσκέψη επηρεάζει τις ζωές μας όσο και το μέλλον της Γενιάς της Google.

Η παρουσίαση του βιβλίου λοιπόν θα ακολουθήσει αυτή τη δομή διότι θεωρώ ότι είναι φιλική προς τον αναγνώστη και αρκετά ξεκάθαρη ως προς την κατανόηση της γνώσης που θέλει να μεταφέρει ο συγγραφέας.

Ας ξεκινήσουμε λοιπόν με μία γνωριμία με τον «τρόπο» της Google:

Η Google στο τιμόνι

Νέα σχέση:

- Δώστε στους ανθρώπους τον έλεγχο και αυτοί θα τον χρησιμοποιήσουν.

- Ο χειρότερος πελάτης σου είναι ο καλύτερος φίλος σου
- Ο καλύτερος πελάτης σου είναι συνεργάτης σου

Νέα Αρχιτεκτονική:

- **Το λινκ αλλάζει τα πάντα.**

Το λινκ και η αναζήτηση δημιουργούν τις προϋποθέσεις για να εντοπιστούν τα πάντα και να συνδεθούν όλοι με όλους. Τώρα όλοι μπορούν να μιλήσουν και όλοι μπορούν να ακούσουν. Αυτή η δομή διαμορφώνει εκ νέου το εμπόριο, το μάρκετινγκ, την πολιτική, τη διακυβέρνηση, την εκπαίδευση, ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ.

- **Κάνε ότι καλύτερο μπορείς και για τα υπόλοιπα κάνε λινκ**

Η εξυπηρέτηση στοχευμένων μαζών με ειδικά ενδιαφέροντα είναι το μέλλον.

- **Μπες σε ένα δίκτυο**

Οι επιχειρήσεις επιθυμούν να έχουν ιδιόκτητους πελάτες, να ελέγχουν τη διακίνηση, να κάνουν αποκλειστικές συμφωνίες, να αποκλείουν τους ανταγωνιστές και να κρατούν εμπορικά μυστικά. Το διαδίκτυο ανατινάζει όλα αυτά τα σημεία του ελέγχου, γιατί αποστρέφεται τον συγκεντρωτισμό. Απεχθάνεται τη μυστικότητα και επιβραβεύει την ανοιχτοσύνη.

Στηριχτείτε στους χρήστες και όχι στα χρήματα. Το χρήμα ακολουθεί τους καταναλωτές

Έσοδα από: διαφήμιση, πωλήσεις εισιτηρίων, πωλήσεις συναφών εμπορευμάτων ή από την αξία που θα έχει αποκτηθεί μέσω του δικτύου-από πληροφορίες δηλαδή που μπορούν να πουληθούν.

- **Σχεδίασε τα δικά σου από διάφορες οπτικές γωνίες:**

- Επιχείρηση με όλες τις σχέσεις της: πελάτες, προμηθευτές, ειδικούς μάρκετινγκ, νομοθέτες, ανταγωνιστές.
- Δίκτυο από την πλευρά των πελατών και δεξ που χωράς εσύ, που βρίσκεσαι.
- Προσωπικό δίκτυο μέσα και έξω από την επιχείρηση και τη βιομηχανία σου.
- Σχεδίασε την επιχείρηση όχι σαν ένα συμπαγή οργανισμό στο κέντρο του διαγράμματος αλλά σαν ένα δίκτυο με πολλές συνδέσεις. Σε κάθε σύνδεση, σημείωσε που ανταλλάσσεται και που αποκτάται αξία.
- Εξέτασε πώς μπορούν να μεγεθυνθούν αυτά τα δίκτυα.
- Τοποθέτησε τον εαυτό σου σε ένα σύννεφο συνδέσεων το οποίο φωτίζεται κάθε φορά που γίνεται ένα λινκ, ώστε το σύννεφο να γίνεται πιο μεγάλο, πιο πυκνό, πιο φωτεινό και να έχει μεγαλύτερη αξία. Τότε ο κόσμος σου θα αρχίσει να μοιάζει με τη Google.

- **Γίνε πλατφόρμα**

Η πλατφόρμα βοηθά τους χρήστες να δημιουργούν μόνοι τους προϊόντα, δουλειές, κοινότητες και δίκτυα. Κι όταν είναι ανοιχτές και συνεργάσιμες επιτρέπουν στους ίδιους τους χρήστες να δίνουν αξία σε αυτές τις πλατφόρμες.

- **Σκέψου το μοίρασμα-διανομή**

«Affiliate program», «πρόγραμμα συμβεβλημένων». Πουλάει το κοινό!!!

Θέλεις να διανέμεις, μετά να συναθροίζεις και μετά να διανέμεις ξανά. Θέλεις απλώς να σε βρίσκουν.

Νέα Δημοσιότητα

- **Εάν δεν μπορούν να σε αναζητήσουν δεν θα σε βρουν**

Την ιστοσελίδα θα πρέπει να τη σκέφτεσαι σαν ένα σύνολο απαντήσεων σε κάθε πιθανή ερώτηση που μπορείς να φανταστείς, καθεμιά τους τοποθετημένη σε μια σελίδα, καθαρά και απλά διατυπωμένη, ώστε τόσο το Google όσο και οι πολυάσχολοι αναγνώστες να μπορούν να τη βρίσκουν και να την αναγνωρίζουν στη στιγμή.

- **Όλοι χρειάζονται το GoogleJuice**

Όσα περισσότερα λικ, κλικ και μνείες παίρνεις τόσο πιο ψηλά ανεβαίνεις στα αποτελέσματα αναζήτησης του Google, γεγονός που σου δίνει την προοπτική για ακόμα περισσότερα κλικ. Ο πλούσιος γίνεται πλουσιότερος και το Google πιο Google.

- **Η ζωή είναι δημόσια, το ίδιο και οι επιχειρήσεις**

Το να ζεις σήμερα δημόσια είναι θέμα εύλογου ατομικού συμφέροντος.

- **Οι πελάτες σου είναι το διαφημιστικό πρακτορείο σου**

Οι φίρμες είναι άνθρωποι.

Ένας καλός λόγος μεταδίδεται τόσο όσο και μια διαφήμιση.

Η ανάπτυξη έρχεται όχι μέσα από τις τηλεοπτικές διαφημιστικές καμπάνιες αλλά δια στόματος των ικανοποιημένων πελατών.

Η εξυπηρέτηση πελατών είναι το νέο Μάρκετινγκ.

Το να ακούμε τους πελάτες μας είναι στην πραγματικότητα η πιο τέλεια μορφή μάρκετινγκ που θα μπορούσαμε να έχουμε.

Όλα συνδέονται με τις σχέσεις σε δημόσιο επίπεδο.

Νέα Κοινωνία

- **Κομψή οργάνωση**

Δεν ξεκινάς μία κοινότητα. Οι κοινότητες υπάρχουν και ήδη κάνουν αυτά που θέλουν να κάνουν. Η ερώτηση που πρέπει να θέσεις είναι πώς μπορείς να τις βοηθήσεις να κινηθούν καλύτερα.

Με το διαδίκτυο μπορούμε να οργανωνόμαστε χωρίς οργανισμούς.

Το κλειδί για την προσφορά κομψής οργάνωσης σε άτομα ή ομάδες είναι να αφήνεις τους άλλους να χρησιμοποιούν το εργαλείο με τον τρόπο που επιθυμούν. Αυτοί ξέρουν ποιες είναι οι ανάγκες τους. Επιπλέον, η ανοιχτοσύνη και η ευελιξία επιτρέπουν να σχηματιστούν ακόμα περισσότερες ομάδες.

Νικητής θα είναι εκείνος που θα βρει τον τρόπο να προσφέρει κομψή οργάνωση στο ανοργάνωτο κοινωνικό δίκτυο όπως είναι ήδη το διαδίκτυο.

Η οργάνωση είναι επιχειρηματικό μοντέλο. Κοίταξε τις κοινότητες γύρω σου-όχι τις κοινότητες που ξεκινάς εσύ αλλά τις κοινότητες που υπηρετείς.

Αυτή είναι η νέα παγκόσμια τάξη του Google, του Facebook και του graigslist.

Νέα Οικονομία:

- **Το μικρό είναι το νέο μεγάλο**

Μια μικρή εταιρία μπορεί να γίνει γρήγορα βιομηχανία, χρησιμοποιώντας το εργοστάσιο και το δίκτυο διανομής κάποιου άλλου και πουλώντας σε μια παγκόσμια αγορά που βρίσκει τα προϊόντα της μέσω του Google.

Αυτό που άλλαξε είναι ο ορισμός του «αρκετά μεγάλου»-αρκετά μεγάλου για να βγάλεις χρήματα, αρκετά μεγάλου για να επιβιώσεις και να επιτύχεις.

Ο Mark Potts είπε: ίσως ο μοναδικός τρόπος για να πετύχεις όντας μικρός είναι να γίνεις μέρος κάποιου μεγαλύτερου: ενός δικτύου δηλαδή. Το μεγάλο έχει ακόμα τη θέση του. Η σχέση μεταξύ μικρού και μεγάλου είναι που εξελίσσεται.

Γίνε μικρός αλλά σκέψου με μεγάλο τρόπο! (Godin)

- **Η οικονομία μετά τη σπανιότητα**

Η σπανιότητα αφορούσε τον έλεγχο: εκείνοι που είχαν τον έλεγχο ενός σπάνιου πόρου μπορούσαν και να τον τιμολογήσουν.

Πλέον δεν είναι δυνατό να διατηρηθεί αυτή η σπανιότητα της πληροφορίας.

Η Google μας διδάσκει ότι πρέπει να ψάχνουμε για ευκαιρίες εκεί όπου βλέπουμε προκλήσεις. Πάνω στην ανάγκη κοσκινίσματος μπορούν να αναπτυχθούν επιχειρήσεις: εμπορικές ιστοσελίδες που βρίσκουν το καλύτερο εμπόρευμα, δημοσιογραφικές που διαβάζουν για εμάς και υπηρεσίες διασκέδασης που συγκεντρώνουν τις κριτικές του

πλήθους. Το διαδίκτυο σκοτώνει τη σπανιότητα και δημιουργεί ευκαιρίες μέσα στην αφθονία.

Η Google έχει ανακαλύψει ένα επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στη δημιουργία, την εκμετάλλευση και τη διαχείριση της ΑΦΘΟΝΙΑΣ: όσο περισσότερο περιεχόμενο διατίθεται σε αυτήν για να το οργανώσει και όσο περισσότερα σημεία της παραχωρούνται για να τοποθετήσει τις διαφημίσεις της, τόσο το καλύτερο. Αν η επιχείρησή σου είναι δομημένη πάνω στη σπανιότητα-και οι περισσότερες είναι-πρέπει και εσύ να αναρωτηθείς πώς μπορείς να διαχειριστείς και να εκμεταλλευτείς την αφθονία.

Μπες στον ανοικτό κώδικα, στην οικονομία του δώρου

Η μαζική αγορά είναι νεκρή, ζήτη η μάζα των εξειδικευμένων αγορών

Η διευκόλυνση, η οργάνωση και η κεφαλαιοποίηση της αφθονίας δημιουργεί νέες ευκαιρίες.

Τι αντικαθιστά τη μάζα? Μα το σύνολο της μακριάς ουράς-η μάζα των εξειδικευμένων αγορών.

Η Google εμπορευματοποιεί τα πάντα

Έχει μετατρέψει την εμπορευματοποίηση σε κανονική επιχειρηματική στρατηγική.

- **Η οικονομία της Google**

Στην οικονομία της Google οι εταιρίες δεν θα μεγαλώνουν πια ως την κρίσιμη μάζα τους δανειζόμενες ογκώδη κεφάλαια για να κάνουν ογκώδεις εξαγορές-όχι τουλάχιστον στο προβλεπτό μέλλον. Απεναντίας, θα πρέπει να μάθουν από την Google να μεγαλώνουν χτίζοντας πλατφόρμες. Πλατφόρμες που βοηθούν και τους άλλους να ευημερήσουν. Έτσι, η ανάπτυξη θα έρθει λιγότερο από την ιδιοκτησία παγίων και τη συσσώρευση όλου του ρίσκου εκεί, και περισσότερο από την ένταξη των ανθρώπων σε δίκτυα ώστε να παραγάγουν τις δικές τους αξίες, να μειώσουν το κόστος τους και να διευρύνουν το ρίσκο τους. Αυτός είναι ο τρόπος της Google.

Νέα Επιχειρηματική Πραγματικότητα

Τα μόρια είναι βάρος

Οι ενδιάμεσοι είναι καταδικασμένοι

Απελευθερώστε την πληροφορία που έχει στομώσει και κάντε τα πράγματα πιο ρευστά. Σταμάτα να προσπαθείς να βγάλεις χρήματα επεμβαίνοντας σε συναλλαγές.

- **Το δωρεάν είναι επιχειρηματικό μοντέλο**

Είναι αδύνατο να ανταγωνιστείς το δωρεάν. Η πιο αποδοτική αγορά είναι μια δωρεάν αγορά. Το χρήμα έρχεται με το δικό του τρόπο. Τα χρήματα κοστίζουν χρήματα.

«Το Διαδίκτυο είναι μια μεγάλη κούρσα προς το δωρεάν. Όποιος έχει χτίσει ένα επιχειρηματικό μοντέλο με τιμή πάνω από το δωρεάν για κάτι που θα μπορούσε να είναι δωρεάν βρίσκεται σε δεινή στρατηγική θέση», Rich Barton, ιδρυτής Zillow.

- **Αποφάσισε ποια είναι η δουλειά σου**

Πρέπει να αναρωτηθείς: Είμαι μια επιχείρηση γνώσης; Μια επιχείρηση δεδομένων; Μια επιχείρηση κοινότητας; Μια πλατφόρμα; Ένα δίκτυο; Ποια είναι η αξία μου και τα έσοδα μου; Να θυμηθείς ότι μπορεί να μη βρίσκονται στο ίδιο μέρος τα χρήματα. Μπορεί να έρθουν από την πλαϊνή πόρτα. Είναι καιρός λοιπόν να πάθεις κρίση ταυτότητας.

Νέα Συμπεριφορά

- **Εμπιστεύσου τον Κόσμο**

Όταν δίνονται στους ανθρώπους επιλογές και έλεγχος, τότε εκείνοι τείνουν να διαλέγουν τα καλά πράγματα. Όσο περισσότερες επιλογές έχουν, τόσο καλύτερες επιλογές κάνουν. Η αφθονία καλλιεργεί την ποιότητα.

Όσες περισσότερες συνδέσεις γίνονται με την ιστοσελίδα σου, τόσο περισσότερο αξίζουν οι δικές σου συνδέσεις με άλλες ιστοσελίδες. Έτσι η Google δίνει προσοχή σε εκείνους που εμείς δίνουμε προσοχή. Η Google συνειδητοποιεί ότι η εμπιστοσύνη είναι κάτι που μοιραζόμαστε ο ένας με τον άλλον. Ή, για να το πούμε αλλιώς, κάθε δικός μας φίλος είναι και φίλος της Google.

- **Να ακούς**

Οι πελάτες πρέπει να αξιολογούνται όχι μόνο με βάση τα χρήματά τους, αλλά και ως πλούσια πηγή πληροφοριών και κατευθύνσεων.

Νέα Ηθική

- **Κάνε τα λάθη σου καλά**

Οι διορθώσεις δεν μειώνουν την αξιοπιστία. Οι διορθώσεις ενισχύουν την αξιοπιστία.

Το κλειδί για την καινοτομία είναι η προθυμία να κάνεις και λάθος.

Το χειρότερο λάθος είναι να δρας σαν να μην κάνεις λάθη

- **Η ζωή είναι beta**

Η beta, η δοκιμαστική λειτουργία, είναι ο τρόπος της Google ώστε να μη χρειαστεί ποτέ να πει συγγνώμη. Ή να πει: «Εδώ σίγουρα υπάρχουν λάθη, γι' αυτό, σας παρακαλούμε,

βοηθήστε μας να τα βρούμε για να τα διορθώσουμε και να αναβαθμίσουμε το προϊόν. Πείτε μας πώς θέλετε να είναι. Ευχαριστούμε»

Το κλειδί είναι η επανάληψη. Όταν κυκλοφορείς κάτι, μπορείς να μάθεις από τους χρήστες σου ποια λάθη κάνεις, ώστε να μην τα επαναλαμβάνεις γρήγορα. Το Διαδίκτυο κάνει δυνατή την καθ' οδόν διόρθωση και ανάπτυξη των προϊόντων.

Αλλά αν κυκλοφορείς πράγματα και τα επανατοποθετείς πραγματικά γρήγορα, οι άνθρωποι ξεχνούν τα λάθη και σέβονται πολύ την ταχύτητα με την οποία φτιάχνεις το προϊόν και το κάνεις καλύτερο.

Παρακαλώ να αποτυγχάνετε πολύ γρήγορα-έτσι ώστε να μπορείτε να ξαναπροσπαθήσετε.

- **Να είσαι ειλικρινής**

Η αλήθεια πλέον είναι ένα κλικ μακριά.

Ηθική της διαφάνειας: την ανάγκη να εμπλέξεις τους ανθρώπους σου στη διαδικασία, την ανάγκη να εκχωρήσεις τον έλεγχο μέσω της ανοιχτοσύνης και της πληροφόρησης και επίσης τα οφέλη των δικτύων ανοιχτού κώδικα, τα οφέλη της οικονομίας του δώρου και την ικανότητα να ακούς.

Συνεργάσου

Αν δεν ανοιχτείς, δεν θα μπορέσεις να συνεργαστείς.

Αν είσαι τυχερός, θα γίνουν κάτοχοι του προϊόντος που φτιάξατε μαζί. Δεν θα το αγοράζουν απλώς, θα καυχώνται για αυτό.

Η συνεργασία είναι καλή επιχείρηση.

Συνδημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών.

Σκέψου πόσο πιο πολύτιμα θα ήταν τα προϊόντα και η επιχείρηση σου αν έδινες στους πελάτες σου ακριβώς αυτό που θέλουν.

Το ανταγωνιστικό σου πλεονέκτημα δεν είναι τα μυστικά σου σχέδια αλλά η δυνατή σχέση σου με την κοινότητα των πελατών σου.

Νέα Ταχύτητα

- **Οι απαντήσεις είναι άμεσες**

Όσο πιο γρήγορα προσαρμόσούν οι επιχειρήσεις στις δράσεις και τις επιθυμίες των πελατών-όσο πιο γρήγορα μπορέσουν να μάθουν από αυτούς και να προσπαθήσουν να μείνουν μπροστά τους-τόσο καλύτερες επιχειρήσεις θα γίνουν.

Όταν σε ψάχνουν οι πελάτες στο Google, είναι καλύτερα, πριν καν διατυπώσουν τις ερωτήσεις τους, εσύ να έχεις δημοσιευμένες στην ιστοσελίδα σου τις απαντήσεις. Όταν οι πελάτες μιλούν για σένα δημόσια, είναι καλύτερα να έχεις τα μέσα να τους ακούσεις και να ανταποκριθείς αμέσως. Γιατί σήμερα είναι πάρα πολύ απλό, με μια καλύτερη απάντηση, ένας ανταγωνιστής να σου κλέψει τους πελάτες σου στη στιγμή.

Νέες Προστακτικές

- **Να ενθαρρύνεις, να επιτρέπεις και να προστατεύεις την καινοτομία**

Η Google δίνει την ευκαιρία στους τεχνικούς της να χρησιμοποιούν το 20% του χρόνου τους για να δουλεύουν νέες ιδέες, νέα προϊόντα και νέες επιχειρήσεις.

Δίνει αξία στις ιδέες αντί να τις τιμολογεί.

Η γραφειοκρατία, οι ομάδες εργασίας, τα οργανογράμματα και οι επίσημες διαδικασίες δεν βοηθούν τις καινοτομίες. Τις σκοτώνουν.

Πρώτα βρες το πρόβλημα και μετά δημιούργησε τη λύση. Να φοβάσαι την ωραία ιδέα.

Η Google λέει ξέρει πώς να βρίσκει έξυπνους ανθρώπους και πώς να τους δίνει αυτό που επιθυμούν: «Θέλουν να δουλεύουν για τον νικητή. Θέλουν να έχουν τη δυνατότητα να αισθάνονται ξεχωριστοί. Θέλουν να έχουν τη δυνατότητα να υπηρετούν τα πάθη τους. Θέλουν να έχουν τη δυνατότητα να βγάζουν χρήματα. Και θέλουν να έχουν τη δυνατότητα να αυξάνουν την εξωτερική αγοραστική αξία τους-τους βοηθά να χτίζουν την προσωπική τους φήμη».

Δίδαγμα της Google: Κάνε την καινοτομία δική σου δουλειά.

- **Απλοποίησε, απλοποίησε**

Όταν έχεις αποφασίσει ποια είναι η πραγματική δουλειά σου, όταν πια έχεις κατασταλάξει στη στρατηγική σου, όταν πια έχεις σχεδιάσει τον τρόπο με τον οποίο θα την εκτελέσεις μέσα στο νέο πλαίσιο και τη νέα πραγματικότητα της εποχής της Google, όταν πια έχεις αποκτήσει νέα σχέση με τον κόσμο σου, όταν πια έχεις απορροφήσει τις νέες ηθικές στάσεις αυτής της εποχής, μέσα στην κουλτούρα της εταιρείας σου, όταν πια έχεις κάνει την καινοτομία θεμέλιο αυτής της κουλτούρας, τότε θα πρέπει να κάνεις ένα ακόμα σημαντικό πράγμα, τότε θα πρέπει να πάρεις ένα ακόμα ζωτικό μάθημα από την Google: την απλοποίηση

Είναι καλύτερα να κάνεις ένα πράγμα καλά, αλλά πραγματικά καλά.

Η απλότητα ενδυναμώνει.

Ο σχεδιασμός είναι κάτι περισσότερο από την αισθητική. Ο σχεδιασμός είναι ηθική. Ο σχεδιασμός είναι ο δρόμος μέσω του οποίου γίνεται η διάδραση με το κοινό. Δεν σχεδιάζονται μόνο τα περιοδικά, τα ρούχα και τα αυτοκίνητα. Σχεδιάζονται και οι κανόνες. Όσο πιο απλός και καθαρός είναι ο σχεδιασμός, τόσο το καλύτερο. Το να είναι

κάτι απλό σημαίνει ότι είναι άμεσο. Το να είναι άμεσο σημαίνει ότι είναι ειλικρινές. Το να είναι ειλικρινές σημαίνει ότι είναι ανθρώπινο. Το να είναι ανθρώπινο σημαίνει ότι βρίσκεται υπό συζήτηση. Το να βρίσκεται υπό συζήτηση σημαίνει ότι συνεργάζεται. Το να συνεργάζεται σημαίνει ότι εκχωρεί τον έλεγχο. Εδώ βρισκόμαστε πάλι στο σημείο από όπου ξεκινήσαμε, στο Πρώτο Νόμο του Jarvis: Δώσε στους ανθρώπους τον έλεγχο και θα τον χρησιμοποιήσουν. Μην το κάνεις και θα τους χάσεις. Τόσο απλά.

- **Βγες από τη μέση**

Αν φτιάξεις μια εξαιρετική πλατφόρμα, την οποία πραγματικά θέλουν όλοι να τη χρησιμοποιούν, τότε το χειρότερο που έχεις να κάνεις είναι να βάλεις τον εαυτό σου στη μέση, μπαίνοντας εμπόδιο στον δρόμο των ανθρώπων που θέλουν να κάνουν κάτι με αυτήν.

Η Google συνειδητοποιεί ότι η πραγματική αξία της δεν βρίσκεται στον περιορισμό των ανθρώπων, αλλά στο να τους βοηθά να κάνουν όσα φαντάζονται.

Κάνε κάτι χρήσιμο. Βοήθησε τους ανθρώπους να το χρησιμοποιήσουν. Και έπειτα...ΒΓΕΣ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΣΗ.

Ας συνεχίσουμε με μερικές περιπτώσεις εφαρμογής του "τρόπου" της Google:

Εάν η Google Κυβερνούσε τον Κόσμο

Μέσα

- **Οι εφημερίδες μετά το χαρτί**

Η οικονομία των λινκ έχει 5 απαιτήσεις:

- Πρέπει να παράγεις μοναδικό περιεχόμενο με καθαρή αξία. Το αναλώσιμο περιεχόμενο δεν θα σου φέρει ούτε λινκ ούτε Google Juice
- Πρέπει να είσαι ανοιχτός, ώστε και το Google και ο κόσμος να βρίσκουν εύκολα το περιεχόμενό σου. (εάν δεν μπορούν να σε αναζητήσουν δεν θα σε βρουν.
- Όταν έχεις λινκ και κοινό, είναι στην ευχέρεια σου να τους εκμεταλλευτείς, συνήθως μέσω της διαφήμισης.
- Πρέπει να χρησιμοποιείς τα λινκ, για να υπάρχει καλύτερη απόδοση. Κάνε το καλύτερό σου, και κάνε λινκ για τα υπόλοιπα.
- Βρες ευκαιρίες για να αξιοποιήσεις τα λινκ: επιμέλεια του καλύτερου περιεχομένου, τεχνολογικές υποδομές που επιτρέπουν τον εντοπισμό των λινκ, και διαφημιστικά δίκτυα για να βοηθηθούν οι δημιουργοί και να εξαργυρωθούν τα λινκ και οι επισκέψεις.

Εφημερίδες:

Στη μετάβαση από το φυσικό στο ψηφιακό, από το μαζικό στο εξειδικευμένο, πρέπει πρώτα να αποφασιστεί τι έπεται. Πρέπει να σχεδιάσει και να οικοδομήσει τα μετά το

χαρτί προϊόντα της, να επανεκπαιδεύσει και να αναδομήσει το προσωπικό της, να περικόψει κάθε περιττό κόστος. Πρέπει να προωθήσει τα καινούρια προϊόντα. Πρέπει να αυτοκανιβαλιστεί. Και η πρώην εφημερίδα γίνεται νυν οικολογικός ήρωας.

Πρέπει να αρχίσουν να βλέπουν τους εαυτούς τους ως υπηρεσίες, παρέχοντας ενημερώσεις, προσφέροντας περιεχόμενο σε δίκτυα ιστοσελίδων, δίνοντας τις ειδήσεις τους στα σημεία όπου βρίσκονται οι άνθρωποι.

Γίνε πλατφόρμα. Μπες σε ένα δίκτυο. Δεν μπορείς πια να τα κάνεις όλα μόνος σου. Όταν συμμετέχεις σε συνεργατικά δίκτυα, μπορείς και βρίσκεις βοήθεια.

Τώρα αφεντικό είναι το κοινό. Το πλήθος είναι σοφό.

Με τι θα μοιάζει μια εφημερίδα όταν δεν θα είναι πια εφημερίδα;

Θα είναι ένα δίκτυο το οποίο θα απασχολεί λιγότερους ρεπόρτερ και επιμελητές, αλλά αυτό το προσωπικό θα συνεχίσει να παρέχει στον κόσμο τα ουσιώδη νέα. Το χαρτί 2.0 θα συνεργάζεται και θα υποστηρίζει ομάδες μπλόγκερ, επιχειρηματιών, πολιτών και κοινοτήτων που θα συγκεντρώνουν και θα μοιράζονται ειδήσεις. Η εφημερίδα δεν θα είναι πια μια εκτυπωτική μηχανή που θα παράγει χρήμα. Ως δίκτυο ίσως είναι μεγαλύτερη από όσο ήταν ποτέ άλλοτε, θα εισχωρεί βαθύτερα στις κοινότητες, θα έχει μεγαλύτερη επιρροή και θα αποδίδει περισσότερο. Για να φτάσει εκεί, θα πρέπει να δράσει σε σμίκρυνση, αλλά να σκεφτεί σε μεγέθυνση και να δει τον κόσμο διαφορετικά.

- **Googlewood: Το άνοιγμα της διασκέδασης**

Τώρα μπορεί να παραχθεί περισσότερη ψυχαγωγία για περισσότερους ανθρώπους-αυτή είναι η νέα μορφή αφθονίας μας.

Κοινοπραξία σταθμών. Δεν βασίστηκε σε ένα προϋπάρχον δίκτυο. Έφτιαξε το δικό του. Μετά χρησιμοποίησε το ραδιόφωνο για πλατφόρμα, με σκοπό να προετοιμάσει την παρουσία στην τηλεόραση. Χρησιμοποίησε το ραδιόφωνο για να γίνει μοσχοπουλημένος συγγραφέας και μετέτρεψε το βιβλίο του σε πολύ επιτυχημένη ταινία. Μετά έγινε τεράστιος στο Διαδίκτυο και έβαλε το δορυφορικό ραδιόφωνο σε τροχιά. Αλλά αυτό που τον έκανε να ξεχωρίσει ήταν η σχέση του με το κοινό. Δημιούργησε ένα συνεργατικό προϊόν. Οι ίδιοι οι ακροατές παρήγαν τη δική τους διασκέδαση.

Η διαχείριση αυτής της αφθονίας παρουσιάζει πολλές ευκαιρίες. Σήμερα έχουμε ανάγκη από οδηγούς όσο ποτέ άλλοτε. Το σύστημα που θα μας βοηθά για να βοηθά ο ένας τον άλλον προκειμένου να εντοπίζουμε τα καλύτερα ψυχαγωγικά προγράμματα θα είναι πολύτιμο.

Η ψυχαγωγία θα γίνει κάτι περισσότερο από κοινωνική εμπειρία. Μπορεί να γίνει η σπίθα που εμπνέει περισσότερη δημιουργικότητα και έλκει όχι απλώς θεατές, αλλά δημιουργικές κοινότητες σε εκατομμύρια Χόλυγουντ.

- **GoogleCollins: σκοτώνοντας το βιβλίο για να σωθεί**

Πρέπει να ξεπεράσουμε τα βιβλία, Μόνο έτσι θα μπορέσουμε να τα επανεφεύρουμε.

Δημιουργούν μία μονόδρομη σχέση:τα βιβλία διδάσκουν τους αναγνώστες, ναι, αλλά από τη στιγμή που εκδίδονται τείνουν να μη διδάσκουν τους συγγραφείς τους.

Όταν η γνώση είναι κολλημένη σε μία σελίδα, μπορεί να καταλάβει μόνο ένα μέρος, μόνο σε ένα ράφι, σε ένα συγκεκριμένο σημείο, έτσι ώστε να υπάρχει μόνο ένας τρόπος για να το βρεις.

Όταν όμως τα βιβλία γίνονται ψηφιακά, προκύπτουν όλων των ειδών τα οφέλη. Μπορούν:

- Να ενσωματώσουν πολυμέσα
- Να αναζητηθούν
- Να υπερσυνδεθούν
- Να επικαιροποιηθούν
- Να ζήσουν για πάντα και να βρουν νέο κοινό οπουδήποτε
- Οι συζητήσεις γύρω από τις ιδέες των βιβλίων μπορούν να επεκταθούν.

Στο νέο κόσμο των βιβλίων, κάθε ψηφίο μπορεί να ενημερώνεις ένα άλλο. Κάθε σελίδα να διαβάζει όλες τις άλλες σελίδες.

Γιατί να μην έχουν και τα βιβλία διαφημίσεις να τα υποστηρίζουν, όπως έχει η τηλεόραση, οι εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο και οι ιστοσελίδες;

Η δημιουργικότητα εμπνέει τη δημιουργικότητα και το διαδίκτυο μας επιτρέπει να το μετατρέψουμε όλο αυτό σε διάλογο.

Τώρα τα βιβλία μπορούν να έχουν ζωή και μετά τους πάγκους και μετά τις πολτοποιητικές μηχανές. Θα μπορούν να αναζητηθούν. Θα βρίσκουν νέο κοινό περισσότερο καιρό και σε μεγαλύτερες αποστάσεις. Θα βγάζουν περισσότερα χρήματα. Η Google δεν είναι ο εχθρός των βιβλίων. Γίνεται η πλατφόρμα τους για το μέλλον.

Διαφήμιση

- **Και τώρα δυο λόγια από τους χορηγούς της Google**

Έφερε την επανάσταση στην οικονομία της διαφήμισης, επιτρέποντας στους μαρκετίερ να πληρώνουν περισσότερο για επιδόσεις παρά για χώρο και χρόνο. Εφηύρε νέα μέσα για στοχευμένες διαφημίσεις κάνοντάς τες εκ νέου αποτελεσματικές.

Τοποθέτησε διαφημίσεις σε εκατομμύρια σημεία, βάζοντας τέλος στη σπανιότητα των μέσων. Προσέλυσε αναρίθμητους νέους διαφημιζόμενους. Κυριαρχεί τώρα όχι μόνο στις διαφημίσεις των αναζητήσεων αλλά και στις διαφημίσεις με μπάνερ, ενώ έχει αρχίσει να πουλά διαφημίσεις στο χαρτί και στην τηλεόραση.

Συμβουλευώ τους ειδικούς του μάρκετινγκ να φανταστούν ως άσκηση την απόλυση του πρακτορείου την ακύρωση του διαφημιστικού προϋπολογισμού, το πέταμα των διαφημίσεων και το ξεκίνημα από την αρχή. Ποια είναι λοιπόν η σχέση σου με τους πελάτες σου; Που πρέπει να τοποθετήσεις τα χρήματά σου; Πού πρέπει να ξοδέψεις το πρώτο διαφημιστικό σου δολάριο και γιατί;

- Σιγουρευτείτε απόλυτα ότι έχετε ένα σπουδαίο προϊόν ή υπηρεσία. Σιγουρευτείτε ότι έχετε σπουδαία εξυπηρέτηση πελατών. Αν δεν έχετε αυτά τα δύο τότε μην πληρώνετε κανέναν για διαφήμιση.
- Φέρε στη σχέση σου με τον πελάτη σου τα πάνω κάτω. Επένδυσε στην εξυπηρέτηση πελατών. Ο χειρότερος πελάτης είναι ο καλύτερος φίλος σου.
- Δώσε έμφαση σε κοινωνικά εργαλεία που επιτρέπουν στους πελάτες να σου λένε τι πρέπει να παράγεις. Να τους παραχωρήσεις τον έλεγχο. Ο στόχος πρέπει να είναι η δημιουργία ενός προϊόντος-υπηρεσίας που θα αγαπηθεί από τον κόσμο. Μην τους λες τι σημαίνει η μάρκα σου. Απλώς ρώτησέ τους.

Το διαδίκτυο είναι γεμάτο από ανθρώπινες φωνές φίλων και γνωστών, και έτσι η τεχνητή, ιδρυματική, μεταπρατική φωνή της διαφήμισης της μάρκας, καθώς και τα σλόγκαν της, αυξανόμενα θα εμφανίζονται ισχνά και ψεύτικα. Τα απλά, πληροφοριακά, σχετικά κείμενα των διαφημίσεων του Google θα ακούγονται πιο αληθινά.

Το μήνυμα του μάρκετινγκ πρέπει να αλλάξει και να γίνει: Από το θέλουμε τα λεφτά σας στο μοιραζόμαστε τα ενδιαφέροντά σας.

Προέτρεψε τις εταιρίες να αγοράσουν διαφημίσεις σε σχετικά μπλογκ.

Επέτρεψε στους υπαλλήλους των εταιριών να διατηρούν μπλόγκ, έτσι ώστε να αναπτύσσουν άμεσες, χρήσιμες και ανθρώπινες σχέσεις με τους πελάτες τους.

Τα προϊόντα και οι πελάτες σου είναι η διαφήμισή σου-το ίδιο και οι υπάλληλοί σου.

Το μέσο είναι το μήνυμα και ο πελάτης είναι το μέσο.

Η δύναμη στη διαφήμιση θα είναι τα δίκτυα των ανθρώπων.

Όσο οι σχέσεις θα αντικαθιστούν τις διαφημίσεις τόσο οι προϋπολογισμοί θα μειώνονται.

Λιανεμπόριο

- **Η Google τρώει: Μια επιχείρηση χτισμένη στην ανοιχτοσύνη**

Ακόμα και ένα εστιατόριο μπορεί να σκεφτεί σαν μέλος δικτύου μέσα σε μια οικονομία πληροφοριών που υπερσυνδέονται.

Τα δίκτυα ενδυναμώνουν την εξειδίκευση.

Υπηρετήσε την εξειδικευμένη αγορά και όχι τη μάζα. Κάνε αυτό που κάνεις καλύτερα.

Οι άνθρωποι θέλουν να δημιουργούν, να επανεπεξεργάζονται, να μοιράζονται και να βάζουν τη σφραγίδα τους.

Επιχειρήσεις Κοινής Ωφέλειας

- **Google Power & Light: Τι θα έκανε η Google**

Δημιούργησε καλύτερα και προσπάθησε να διαχειριστείς την αφθονία, αντί να ελέγχεις τη σπανιότητα.

Εντοπίζουμε το πρόβλημα και ψάχνουμε τη λύση. Εντοπίζουμε μία ανάγκη, βρίσκουμε μια ευκαιρία και μετά συστηματικά, λογικά και επιθετικά τη βομβαρδίζουμε με καινοτομία.

- **GT&T: Τι πρέπει να κάνει η Google**

Οι θυμωμένοι καταναλωτές δεν συνιστούν βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο.

Είστε επαναστάτες που αρπάζουν τον έλεγχο από την ολιγαρχία, για να τον αποδώσουν στον λαό. Η δύναμή σας είναι τεράστια. Χρησιμοποιήστε την έξυπνα.

Βιομηχανική Παραγωγή

- **Googleκίνητο: Από τη μυστικότητα στο μοίρασμα**

Πάθος, ατομικότητα, δημιουργία, επιλογή, ενθουσιασμός, νεωτερισμός

Τι θα γινόταν όμως αν μία εταιρία αυτοκινήτων γινόταν ο ηγέτης στη μεταφορά των ανθρώπων, χρησιμοποιώντας και μηχανικά μέρη άλλων κατασκευών: αεροπλάνων, τρένων ή αυτοκινήτων;

Εσύ θα λες στο σύστημα που θες να πας-ή έχοντας πρόσβαση στο Google Calendar, αυτό από μόνο του θα ξέρει-και εκείνο θα σου δίνει πολλαπλές επιλογές με διάφορες τιμές: σήμερα μπορείς να πάρεις το τρένο για να εξοικονομήσεις χρήματα. Αύριο θα οδηγήσεις, γιατί έχεις να παραδώσεις παραγγελίες. Μεθαύριο θα μοιραστείς ένα αυτοκίνητο για να κάνεις οικονομία. Αυτό το Σαββατοκύριακο θα πάρεις μια ωραία Mercedes για το δείπνο των γενεθλίων σου. Την επόμενη εβδομάδα θα πάρεις ένα όχημα με οδηγό, για να εντυπωσιάσεις τους πελάτες σου. Για τις διάφορες επιλογές σου-όπως η διασκέδασή σου στο αυτοκίνητο, η ασύρματη σύνδεση στο τρένο, οι ειδοποιήσεις στο iPhone σου, οι πλοηγοί που θα σε καθοδηγούν για να αποφύγεις την κίνηση, θα μπορείς να πληρώνεις όσο θα είσαι καθ' οδόν. Αυτή θα είναι η νέα προσωπική συγκοινωνιακή και συνδετική εταιρία που θα αναπτυχθεί πάνω στην πλατφόρμα της παλιάς εταιρίας αυτοκινήτων.

- **Google Cola: είμαστε κάτι περισσότερο από καταναλωτές**

Κάθε συσκευή που παράγει πληροφορία η οποία μπορεί να εξατομικευτεί και να προσαρμοστεί ή να μας προσφέρει επικοινωνία και διασκέδαση θα είναι συνδεδεμένη

στο διαδίκτυο και στο Google. Η Google θα ακούει και θα μιλά μέσα από αυτά τα γκάτζετ αν της δίνουμε την άδεια, και θα μας παρέχει σχετική πληροφορία. Η Google θα ευχαριστείται να χρησιμοποιεί αυτές τις πληροφορίες για να μας δίνει υψηλά στοχευμένες και σχετικές διαφημίσεις.

Η Google μπορεί να γίνει το λειτουργικό σύστημα όχι μόνο του ιστού και του κόσμου, αλλά και σπιτιών και των ζώων μας.

Αυτό που πρέπει να κάνει κάποιος είναι να εντοπίσει τις ευκαιρίες, να φτιάξει πιο στοχευμένα προϊόντα και να συνεργαστεί με τους πελάτες στον σχεδιασμό, την υποστήριξη και την πώληση των προϊόντων. Το Google και το διαδίκτυο αλλάζουν τα πάντα, ακόμα και τα εργοστάσια.

Υπηρεσίες

- **Google Air: Μια κοινωνική αγορά καταναλωτών**

Google Real Estate: η πληροφορία είναι δύναμη

Χρήμα

- **Google κεφάλαιο: Το χρήμα φτιάχνει δίκτυα**

Το βασικό προσόν που έχει ένας νέος επιχειρηματίας που ασχολείται με την τεχνολογία είναι ότι δεν γνωρίζει πολλά πράγματα. Σχεδόν σε κάθε άλλη περίπτωση αυτό θα ήταν μειονέκτημα, αλλά όχι εδώ και όχι τώρα... Όταν ο κόσμος έχει αλλάξει όντως μέσα σε μια νύχτα, όταν μπορούν να συμβούν άγρια και καινούρια πράγματα αν δεν έχεις καμία αίσθηση του παρελθόντος, τότε οι άνθρωποι οι οποίοι έφτασαν εδώ μόλις πριν από πέντε λεπτά είναι εκείνοι που θα καταλάβουν τις νέες δυνατότητες και θα καταλάβουν ακριβώς τι συμβαίνει, γιατί γι' αυτούς όλα αυτά δεν είναι νέα.

Δημόσιοι Οργανισμοί

- **Google U: ανοίγοντας την εκπαίδευση**

Ας με πει κάποιος ουτοπιστή, αλλά φαντάζομαι μια καινούργια εκπαιδευτική οικολογία, εντός της οποίας οι φοιτητές θα μπορούν να παίρνουν μαθήματα από οπουδήποτε και οι εκπαιδευτές να διαλέγουν φοιτητές, όπου θα μαθήματα θα είναι συνεργατικά και δημόσια, όπου τα μαθήματα η δημιουργικότητα θα τροφοδοτείται όσο την τροφοδοτεί η Google, όπου το να κάνεις τα λάθη καλά θα αξιολογείται περισσότερο από την ντροπή και την ασφάλεια, όπου η εκπαίδευση θα συνεχίζεται και μετά την ηλικία των 21 ετών, όπου θα τα διαγωνίσματα και οι βαθμοί θα έχουν μικρότερη σημασία από το χαρτοφυλάκιο της εργασίας κάποιου, όπου η οικονομία του δώρου θα μπορεί να κάνει δάσκαλο οποιονδήποτε έχει γνώση, όπου οι ικανότητες της έρευνας και της επιχειρηματολογίας και του σκεπτικισμού θα αξιολογούνται περισσότερο από τις ικανότητες της αποστήθισης και του υπολογισμού, και όπου τα πανεπιστήμια θα

διδάσκουν την αφθονία της γνώσης σε εκείνους που τη θέλουν και δεν θα διαχειρίζονται τη σπανιότητα των θέσεων κάποιας τάξης.

Αντί για το κομμάτι χαρτί στον τοίχο που λέει ότι είστε αυθεντίες, θα έχετε μια συστοιχία προϊόντων και εμπειριών, σκέψεων και συζητήσεων που θα δείχνουν την αυθεντία σας, θα δείχνουν τι γνωρίζετε και αυτό θα είναι ξεκάθαρο. Θα περιλαμβάνεται το σώμα μιας δουλειάς, καθώς και ένα δίκτυο διαρκούς μάθησης, στο οποίο θα επιστρέφετε ανά περίοδο. Αυτό θα αναπτύσσεται καθώς θα αναπτύσσετε και εσείς και θα περιέχει τα πιο σημαντικά μαθήματά σας.

Πανεπιστήμια της συνάθροισης

Στον πραγματικό κόσμο οι εξετάσεις είναι όλες με ανοιχτό βιβλίο, και η επιτυχία σου καθορίζεται ανηλεώς από τα μαθήματα που σταχυολογείς από την ελεύθερη αγορά.

Εξαιρέσεις

Η Apple είναι μια καλή εταιρία και οι πελάτες της είναι οι καλύτεροι έμποροί της. Αυτό είναι πολύ Google.

Η Apple αποστρέφεται την ανοιχτοσύνη. Δεν σκέφτεται διανεμητικά. Δε διαχειρίζεται την αφθονία αλλά δημιουργεί σπανιότητα. Δεν είναι γενναιόδωρη. Χρεώνει αμοιβή για την ποιότητά της. Είναι πολύ καλή με πολύ δυνατό όραμα και με πολύ καλά προϊόντα. Άρα η Apple είναι πολύ διαφορετική από τη Google. Είναι;

- **Και οι δύο γνωρίζουν καλά τι θέλει ο κόσμος: δημιουργούν πλατφόρμες πάνω στις οποίες δημιουργούν οι άλλοι.**
- **Ξέρουν πώς να προσελκύσουν, να διατηρήσουν και να ενεργοποιήσουν το ταλέντο.**
- **Τα προϊόντα είναι απλά σχεδιασμένα και η Apple στα προϊόντα της ορίζει την ομορφιά ως σεξ.**
- **Κατανοούν τη δύναμη των δικτύων. Εστιάζουν αδιαπραγμάτευτα στο χρήστη, στον πελάτη και όχι στον εαυτό τους και στη βιομηχανία τους. Είναι φανατικές με την ποιότητα.**
- **Όλες οι μεγάλες επιχειρήσεις απαντούν σε μια δυνατή επιθυμία: «Οι άνθρωποι θέλουν να είναι σαν τον Θεό. Δίνουν στους ανθρώπους θεϊκή ομορφιά.**

Η Γενιά G

- Αυτή η διαρκής συνδεσιμότητα μπορεί να βελτιώσει τη φύση της φιλίας, καθώς και τον τρόπο που αντιμετωπίζουμε ο ένας τον άλλον.
- Αφθονία της φιλίας.
- Ο κόσμος χάρη στο Google θα έχει καλύτερη μνήμη. Είναι αλήθεια. Αλλά εδώ ή αρχή της αμοιβαίας ταπείνωσης θα μας προστατέψει. Όλοι θα έχουμε λόγο για να μαζευτούμε.
- Η εποχή της διαφάνειας πρέπει να είναι μια εποχή συγχώρεσης.

- Η νέα μορφή δημοσιότητας μπορεί να μας κάνει να έχουμε περισσότερη κατανόηση και να συγχωρούμε τελικά τους άλλους, ακόμα και τα λάθη των δημόσιων προσώπων και τις αδυναμίες τους.
- Δεν είναι η ιδιωτικότητα το θέμα. Είναι ο έλεγχος. Χρειαζόμαστε τον έλεγχο των προσωπικών πληροφοριών μας, θέλουμε να γνωρίζουμε πότε δημοσιοποιούνται και σε ποιους και πώς χρησιμοποιούνται.
- Η δημοσιότητα φέρνει προσωπικά οφέλη που ξεπερνούν τη διακινδύνευση. Φέρνει και συλλογικά οφέλη μέσω της αθροισμένης σοφίας της Google.
- Το πλήθος έχει στην κατοχή του τη σοφία του πλήθους.
- Οι διαδικτυακές σκιές μας θα γίνουν οι ταυτότητές μας. Για να ξεχωρίσουμε από το πλήθος χρειαζόμαστε διακριτές ταυτότητες.
- Η ταυτότητα θα σχετίζεται με επιτεύγματα και δημιουργίες, πράγματα για τα οποία είσαι γνωστός και «στενεύουν» την αναζήτηση στο Google.
- Η διάχυτη οικειότητα είναι καλή για τη φιλία. Μας βοηθά να γνωρίσουμε ανθρώπους που σε διαφορετική περίπτωση θα ήταν απλοί γνωστοί. Μας κάνει να νιώθουμε πιο κοντά σε ανθρώπους για τους οποίους νοιαζόμαστε, αλλά δεν έχουμε τη δυνατότητα να συμμετέχουμε στις ζωές τους τόσο στενά όσο θα θέλαμε. Και σε πρακτικό επίπεδο, εξοικονομεί πολύ χρόνο όταν τελικά καταφέρεις να βρεθείς με όλους αυτούς τους ανθρώπους στην πραγματική ζωή.
- Η βαθιά διάδραση μπορεί να παράγει βαθιά σκέψη.
- Η αισθητική της απλότητας που βλέπουμε στο διαδίκτυο γίνεται και ηθική της απλότητας.
- Η απλότητα είναι η περιπλοκότητα που έγινε καλά. Η απλότητα μπορεί να μεταφερθεί από τις ιστοσελίδες στα προϊόντα και τις κουλτούρες, όπως επίσης και στην οπτική που έχουμε για τη ζωή.
- Αύξηση σεβασμού για το μικρό και ασυνήθιστο. Ο μαζικός κανόνας της ομοιομορφίας υποχωρεί και τη θέση του παίρνει μια περήφανη ατομικότητα, γιατί η Google ανταμείβει τη μοναδικότητα μέσα στη μάζα της εξειδίκευσης.
- Πρέπει όλοι εμείς οι άνθρωποι να μάθουμε ότι έχουμε περισσότερη δύναμη από αυτή που νομίζουμε και πρέπει να μάθουμε να τη χρησιμοποιούμε φρόνιμα.
- Οι μελλοντικές γενιές θα επιβάλουν την αρχή της ελευθερίας του λόγου στις κυβερνήσεις και τους οργανισμούς.
- Το Διαδίκτυο είναι η πρώτη τροπολογία μεταφερμένη στη ζωή. Απεχθάνεται και ανατρέπει τη λογοκρισία.
- Όποιους σκοπούς και αν αναλάβει να φέρει σε πέρας, η γενιά G θα είναι σε θέση να οργανώνεται χωρίς οργανισμούς. Αυτή η ικανότητα συνασπισμού θα έχει βαθιά αποσταθεροποιητική επίδραση στους οργανισμούς.
- Τώρα λειτουργούμε σε μια ανοιχτή αγορά επιρροής. Η Google κάνει δυνατή την προβολή των ενδιαφερόντων μας και την εύρεση, την οργάνωση και τη δράση σε αρμονία με τους άλλους.
- Η οργάνωσή μας είναι ad hoc. Μπορούμε να βρούμε ανθρώπους που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα, ανάγκες, γνώμες, γούστο, υπόβαθρο και κοσμοθεωρίες από οπουδήποτε στον κόσμο και να αναλάβουμε μαζί τους δράση. Ελπίζω αυτό να οδηγήσει σε νέο τρόπο ανάπτυξης της ηγεσίας: στο διαδίκτυο έχεις τη δυνατότητα

να πετύχεις αυτό που μόνο εσύ θέλεις και μπορείς να φτιάξεις μια ομάδα προκειμένου να συνεργαστείτε. Το ότι κάποιος βρίσκεται εκτός των κέντρων εξουσίας δεν πρέπει πια να αποτελεί δικαιολογία ή κώλυμα για να μην αναζητήσει εξουσιοδότηση.

- Μετακίνηση της εξουσίας προς την άκρη και όχι πια συγκέντρωσή της στο κέντρο.
- Η γενιά G θα έχει μια διαφορετική αίσθηση για τη συμμετοχή, την πίστη, τον πατριωτισμό και την εξουσία. Θα ανήκει σε νέα έθνη: ένα έθνος geeks, ένα έθνος διαβητικών, ένα έθνος καλλιτεχνών.
- Οι νόμοι του παλιού κόσμου για την ιδιοκτησία, την ταυτότητα και την κίνηση είναι όλοι βασισμένοι στην ύλη. Και εδώ δεν υπάρχει ύλη.
- Δημιουργούμε ένα κόσμο όπου καθένας, οπουδήποτε, θα μπορεί να εκφράζει τις πεποιθήσεις του, όσο ασυνήθιστες και αν είναι, χωρίς τον φόβο του εξαναγκασμού σε σιωπή ή σε συμμόρφωση.
- Το διαδίκτυο δεν μας κάνει πιο δημιουργικούς. Αντίθετα επιτρέπει σε αυτά που δημιουργούμε να γίνουν ορατά, να ακουστούν και να χρησιμοποιηθούν. Επιτρέπει σε κάθε δημιουργό να βρει ένα κοινό, το κοινό που του αξίζει.
- Το διαδίκτυο σκοτώνει τη μάζα μια για πάντα. Φέρνει και τον θάνατο της μαζικής οικονομίας και των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Δε δρα μόνο ως δημιουργός αλλά και ως παράδειγμα, ως εκπαιδευτής, ως έμπνευση για τους άλλους. Θα είναι το έναυσμα της δημιουργικότητας.
- Η Googleποίηση του κόσμου επηρεάζει όχι μόνο τις επιχειρήσεις, τις βιομηχανίες και τους οργανισμούς, αλλά και τα άτομα. Φέρνει νέα μέσα και προσδοκίες σχετικά με το πώς μπορεί κάποιος να προαγάγει την καριέρα του, τον τρόπο ζωής του, την ατζέντα του. Αν θέλεις να είσαι Google και να εκμεταλλευτείς αυτές τις νέες ευκαιρίες, τότε πρέπει να κατανοήσεις πώς αξιολογεί η Google τη δημιουργία, την ανοιχτοσύνη, τις συνδέσεις, τη μοναδικότητα, τη συνεργασία και την εφεύρεση.

Και θα κλείσω αυτήν την παρουσίαση με δύο παραγράφους που με αντιπροσωπεύουν πλήρως:

Δύο πράγματα σπανίζουν στην κουλτούρα: το ταλέντο και η προσοχή. Πιστέψαμε ότι υπάρχουν λίγοι άνθρωποι με ταλέντο, ότι στο ταλέντο τους δίνεται λίγη προσοχή και ότι κανένα από τα δύο δεν αρκεί. Αλλά όπως κινείται η οικονομία από την σπανιότητα στην αφθονία, έτσι κινείται και η κουλτούρα. Υπάρχει αφθονία ταλέντου και απεριόριστη βούληση για δημιουργία, αλλά όλα αυτά έχουν καταπιεστεί από ένα εκπαιδευτικό σύστημα που επιμένει στην ομοιότητα, από ένα μαζικό οικονομικό σύστημα που ανταμείβει μόνο ελάχιστους γίγαντες και από ένα σύστημα κριτικής που αποθαρρύνει τους πολλούς και τοποθετεί στην κορυφή μια κλειστή δημιουργική τάξη. Αυτοί οι εχθροί της μαζικής δημιουργικότητας έκαναν την αφθονία σπανιότητα. Τώρα ταλέντα διάφορων ειδών και επιπέδων μπορούν να εκφραστούν και να μεγαλώσουν. Θέλουμε να δημιουργούμε και θέλουμε να είμαστε γενναιόδωροι με τις δημιουργίες μας. Θα λάβουμε την προσοχή που αξίζουμε.

Ας ακούσουμε τη διακήρυξη της ανεξαρτησίας του κυβερνοδιαστήματος από τον [John Perry Barlow-Electronic Frontier Foundation](#): Κυβερνήσεις του βιομηχανικού κόσμου,

εσείς κουρασμένοι γίγαντες από σάρκα και ατσάλι, έρχομαι από το Κυβερνοδιάστημα, το νέο σπίτι του Νου. Εκ μέρους του μέλλοντος, ζητώ από εσάς που ανήκετε στο παρελθόν να μας αφήσετε ήσυχους. Δεν είστε ευπρόσδεκτοι ανάμεσά μας. Δεν είστε κυρίαρχοι εδώ που συγκεντρωνόμαστε εμείς.