

# پیروزی‌ها و شکست تاریخی شرکت زیراکس

گوشان غلامی

در برندینگ، هیچ موردی که صد درصد موفق بوده یا شکست خورده باشد وجود ندارد. به طور معمول در یک نام تجاری، موفقیت و شکست در کنار هم دیده می‌شوند.

زیراکس با سرمایه‌گذاری عظیم در تحقیق و توسعه و توجه به کیفیت و برآوردن نیازها و کسب رضایت مشتری توانست نشان تجاری خود را در دنیای مدیریت مستندات بر همه تحمیل کند و در بازار بیش از ۱۰۰ میلیارد دلاری این صنعت، سرآمد همگان شود...

شرکت زیراکس هم از این قاعده مستثنی نیست. زمانی که زیراکس تصمیم گرفت به سبک IBM سیستم دیتای دفتری ارائه دهد یکی از بزرگ‌ترین شکست‌ها (حداقل از لحاظ مالی) در تاریخ نام‌های تجاری را رقم زد. این شکست در ارائه تله کپی (که یک نوع ماشین فکس اولیه بود) نیز افتاد. با این حال، همان چیزی که باعث شکست زیراکس در این دو پروژه شد، باعث موفقیتش هم شد و نام زیراکس با دستگاه‌های کپی کاغذ پیوند خورد. صنعتی که خود ابداع‌کننده آن بود.

مستندسازی کاغذی به مستندسازی الکترونیک تحول یافته و این روند فرصت‌هایی را فراروی شرکت قرار داده است تا بتواند در بازار ۱۱۷ میلیارد دلاری این صنعت رشد کند. در سال ۲۰۰۵ بیش از ۱۰ میلیارد صفحه با استفاده از چاپگرهای رنگی زیراکس گرفته شد و رهبری شرکت را در این صنعت ثابت کرد. این رقم در سال ۲۰۰۶ به بیش از ۳۰ میلیارد صفحه رنگی رسید.

زیراکس با سابقه‌ای صدساله و دریافت ده‌ها جایزه ملی و بین‌المللی، پرونده موفق در عرصه چاپ و کپی دارد. اختراع فناوری عکسبرداری الکترونیکی یا زیروگرافی خیلی سریع، شرکت را از دنیای فناوری‌های قدیمی به فناوری‌های نوین منتقل کرد. زیراکس با سرمایه‌گذاری عظیم در تحقیق و توسعه و توجه به کیفیت و برآوردن نیازها و کسب رضایت مشتری توانست نشان تجاری خود را در دنیای مدیریت مستندات بر همه تحمیل کند و در بازار بیش از ۱۰۰ میلیارد دلاری این صنعت، سرآمد همگان شود. سال ۱۹۵۹، شرکت با عرضه اولین دستگاه کپی اداری، زنجیره موفقیت‌های خود را آغاز کرد و به سرعت پس از آن با عرضه محصولات و خدمات متعدد و متنوع در زمینه چاپگرهای لیزری رنگی، دستگاه‌های مختلف کپی، نرم‌افزارهای مدیریت مستندات و پشتیبانی با انواع کاغذ و جوهرهای خشک و تر مراحل ترقی را طی کرد. طی این سال‌ها، شرکت توانسته است در حوزه‌های متعددی جایگاه ارزشمندی برای خود در میان ۵۰۰ شرکت برتر جهان به دست آورد. فعالیت‌های شش سیگما (استراتژی تحولی شش سیگما، سیستمی است که موجب توسعه و گسترش متدهای مدیریتی، آماری و نهایتاً حل مشکلات شده و به شرکت امکان جهش و تحول را می‌دهد) در حوزه کیفیت، توجه به اصول اخلاقی در کسب و کار، کسب جوایز بسیار در زمینه‌های کیفیت و فناوری، سرمایه‌گذاری عظیم در تحقیق و توسعه و حرکت مناسب در همکاری مشارکتی با دیگر شرکت‌های برتر از این جمله است. در سال ۱۹۰۶ زیراکس با عنوان شرکت هالوید به منظور ساخت و فروش کاغذ در تجهیزات عکسبرداری تأسیس شد. ۳۰ سال بعد، چستر کارلسون فیزیکدان و مخترع، اولین تصویر کپی شده را در آزمایشگاهش در نیویورک ساخت و در ۱۹۴۲ اختراع عکاسی الکترونیکی را که بعدها به زیروگرافی موسوم شد، به ثبت رسانید؛ فناوری که انقلابی در دنیای عکس و تصویر پدید آورد. در سال ۱۹۴۹ اولین دستگاه کپی زیراکس مدل A روانه بازار شد. نقطه عطف شرکت، فروش موفقیت‌آمیز اولین دستگاه کپی اداری زیراکس در سال ۱۹۵۹ بود. در این سال‌ها شرکت هالوید به شرکت زیراکس هالوید و سپس به زیراکس تغییر نام داد. در ۱۹۷۰ چاپگر الکتروستاتیک معرفی شد و پنج سال بعد اولین دستگاه کپی لیزری به بازار عرضه شد. در سال ۱۹۹۳ شرکت برای یکپارچه‌سازی و سازگاری رایانه‌های شخصی و محصولات مستندسازی با مایکروسافت همکاری کرد. در آغاز قرن جدید، نسل نوین دستگاه‌های زیراکس رنگی به بازار عرضه شد.

تمرکز استراتژیک شرکت بر سه بازار اصلی (محیط‌های تولیدی و تجاری، شبکه‌های اداری و ارائه خدمات) در بیش از ۱۶۰ کشور جهان است. به عبارت دیگر ساخت، بازاریابی، ارائه خدمات و پشتیبانی کامل شامل نرم‌افزار، محصولات و خدمات در دستور کار شرکت قرار دارد. بیانیه ماموریت شرکت چنین است: هدف راهبردی ما کمک به مردم برای یافتن راه‌های بهتر انجام کارهای بزرگ از طریق رهبری پایدار در فناوری مستندسازی و عرضه محصولات و خدماتی است که فرآیندها و نتایج کسب و کار مشتریان ما را بهبود می‌بخشد. شرکت زیراکس در سال ۲۰۰۷ به عنوان یکی از اخلاقی‌ترین شرکت‌های جهان برگزیده شد. زیراکس، خود را یک شرکت مبتنی بر فناوری و نوآوری می‌داند؛ شرکتی که بر اساس نوآوری بنیان نهاده شده و ادامه حیات داده است. شرکت در سال ۲۰۰۶، ۶/۱ میلیارد دلار در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کرده است. از شرکت‌هایی است که در زمینه‌های مختلف و به ویژه کیفیت، جوایز بسیاری دریافت داشته است. از سال ۱۹۸۰، شرکت زیراکس و فوجی زیراکس ۲۵ جایزه ملی کیفیت را در ۲۰ کشور تصاحب کرده‌اند، زیراکس در آمریکا دو بار در سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۷ جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج را دریافت کرده است. زیراکس اروپا، اولین جایزه کیفیت اروپا را در ۱۹۹۲ برد و فوجی زیراکس، جایزه دمیگ را در ۱۹۸۰ دریافت کرد. کارکنان شرکت بالغ بر ۵۳۷۰۰ نفر هستند که در کشورهای مختلف جهان مشغول به کارند و از این تعداد ۲۸۴۰۰ نفر در آمریکا فعالیت می‌کنند. مدیرعامل شرکت در زمینه توجه به منابع انسانی می‌گوید: آنچه که من بیشتر از هر چیز دیگر در شرکت دوست دارم کارکنان هستند. آنها هرچه را برای موفقیت زیراکس لازم است انجام می‌دهند تا موفقیت و بازگشت سرمایه مشتریان ما تحقق یابد. زیراکس در سال‌های بعد بیشتر خود را درگیر مسائل آموزشی و تحقیقاتی کرد. در ۱۹۹۳ دانشگاه زیراکس و در ۲۰۰۳ نیز با همکاری مایکروسافت، مرکز کارآفرینی دانشگاه MIT را در جهت استفاده از فناوری برای افزایش بهره‌وری تأسیس کرد. /