



TUDO MUNDO TEME O DESCONHECIDO

*MÃOS À
OBRA*

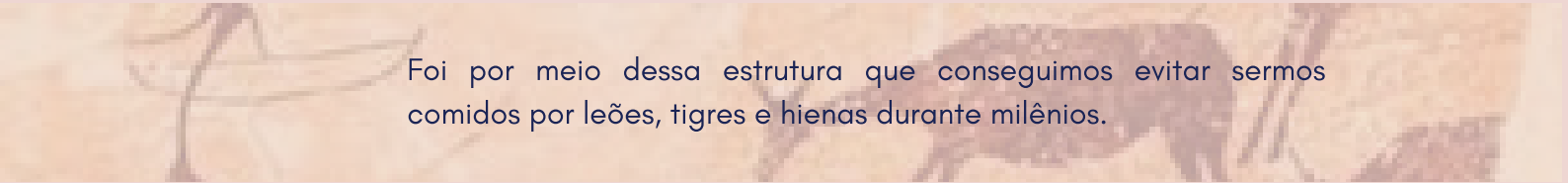
VEJA COMO INOVAR MESMO ASSIM

É natural ter receio do desconhecido. Na verdade, é totalmente natural

Nós seres humanos, estamos programados e condicionados a isso; é um mecanismo de autodefesa que nos faz ficar de prontidão e vigilantes quando os padrões normais do mundo de repente se tornam anormais.

Ouvimos um ruído de algo se mexendo no mato; uma descarga de adrenalina percorre o seu corpo; a ansiedade inunda nosso cérebro e fugimos em disparada. Com o tempo aprendemos a discernir quais ruídos são inofensivos e quais apresentam um risco real.

De acordo com o historiador e humanista Michael Schemer: "O ser humano é um animal buscador de padrões e contador de histórias tentando dar sentido ao mundo"



Foi por meio dessa estrutura que conseguimos evitar sermos comidos por leões, tigres e hienas durante milênios.

Se em princípio somos todos a favor da inovação, na prática tentamos tornar nosso mundo mais seguro e certo.

Pense em seu próprio comportamento. Quando chega o fim de semana, você veste as roupas mais familiares; você assiste aos jogos de seu time preferido; você percorre tudo o que está gravado em seu DVR para encontrar seus programas favoritos. Essa é a situação predominante que você enfrentará também na organização em que trabalha.



Se você quiser ajudar as pessoas a inovar mais – e a inovar melhor –, vai precisar fazer com que os indivíduos e equipes, em vez de resistir, acolham o desconhecido.

Quando você se deparar com motivos e desculpas para não inovar, ouça pacientemente. Tente mostrar-se empático com a ansiedade e o medo subjacentes a essas explicações. Depois explique por que até mesmo os motivos mais sensatos devem ser superados.

Enquanto líder, você precisa ajudar sua organização a compreender que a inovação NÃO é facultativa.

Atualmente, a maioria das empresas está interconectada – com outras empresas, serviços, sistemas e clientes.

Além disso, você deve ajudar sua organização a ver que a inovação é uma disciplina.

A inovação não é uma arte hermética que só pode ser praticada por alguns poucos especialistas. Qualquer pessoa pode inovar e qualquer empresa pode desenvolver abordagens, as estruturas de gestão, as ferramentas e os recursos necessários para ajudar as pessoas a se tornar melhores inovadores. Sua função é catalisar essa mudança.



MOTIVOS APARENTEMENTE SENSATOS PARA NÃO INOVAR

"Nossa cultura é muito avessa ao risco e contra avanços de ruptura".

O URGENTE sempre substitui o IMPORTANTE. A pressão que as empresas enfrentam no momento para gerar lucros de trimestre para trimestre é real e isso pode levá-las a se concentrar demasiadamente na inovação incremental, a melhorar constantemente os produtos existentes. Isso não quer dizer que seja um erro desenvolver inovações essenciais; na verdade, a proposta é que a maioria das iniciativas de inovação de uma organização deva girar em torno desse tipo de inovação. Entretanto, é importante que você também estimule algumas outras iniciativas mais sofisticadas e mais ambiciosas.

Os inovadores eficazes gerenciam a inovação como uma carteira de investimento composta de várias ações com desempenho confiável, mas também salpicada com algumas apostas ousadas.

"Somos exageradamente focados para dentro. Olhamos para tudo através das lentes de nossa organização, sempre."

Livre-se da dessa miopia forçando sua organização a buscar inspiração lá fora. Examine os concorrentes atuais e potenciais e avalie o trabalho que eles estão fazendo para identificar se eles estão inovando de uma forma diferente. Ao analisar o que eles estão fazendo de diferente, você ganha uma nova percepção de possibilidade para suas próprias atividades.

"Conhecemos nosso setor melhor do que qualquer outra organização. Sabemos quais são os principais problemas – E conhecemos as respostas."

Um ponto cego fundamental na maior parte das empresas bem administradas é que elas parecem extremamente direcionadas aos clientes melhores e mais exigentes e aprimoram de maneira constante o conhecido em vez de inventar o novo. Particularmente em um mundo hiperconectado que costuma se apoiar em avanços tecnológicos, simplesmente não há espaço para essa atitude – em especial porque é quase certa que a empresa que pode abalá-lo não se encontra em seu setor no presente.



MOTIVOS APARENTEMENTE SENSATOS PARA NÃO INOVAR

"A inovação é mais fácil nas pequenas empresas ou Start-ups"

Muitas pessoas acreditam que a inovação é mais fácil nas pequenas empresas. Além disso, elas costumam acreditar que a inovação é mais simples de ocorrer em empresas de tecnologia ou engenharia do que em outras empresas. Essas crenças estão erradas e servem apenas para assegurar às pessoas que trabalham em organizações maiores de que elas não precisam inovar. ELAS PRECISAM SIM! Você precisa. Todo funcionário de toda e qualquer empresa precisa olhar para o futuro e abraçá-lo - independentemente do quanto isso pareça difícil ou assustador ou do quanto uma meta pareça impossível de ser concretizada. E todo funcionário e toda organização podem se tornar melhores em inovação. O truque é começar e ser preciso quanto aos métodos e às ferramentas que você está utilizando.

"Não sabemos ser criativos, apenas analíticos e avaliativos"

Esse ponto de vista geralmente é defendido pelos executivos de empresas grandes e bem estabelecidas que incorporam ciências de administração como o Seis Sigma e processos de stage-gate em toda a organização. Retornemos à nossa argumentação de que a criatividade raramente é o recurso escasso em inovação. O que a maior parte das organizações precisa é disciplina, e não de mais ideias criativas. Uma das formas mais rápidas de superar esse obstáculo é encorajar o envolvimento de pessoas com diferentes maneiras de pensar. Os designers não são mais adequados apenas ao departamento de design e ou projeto; eles podem ajudar a trazer à tona ideias provocativas para mudar a forma como você trabalha. Os cientistas sociais também podem ajudar a trazer à tona insights fascinantes sobre o que os clientes estão de fato procurando.

"Achamos difícil levar uma ideia de sua fase conceitual ao lançamento no mercado".

Absolutamente correto. É difícil conduzir as ideias do conceito à realidade; trata-se de uma viagem difícil e cansativa em que há muito vento contrário e muitos solavancos.

Contudo, existem métodos para fazer com que esse processo seja bem-sucedido regularmente. Por exemplo, faça o protótipo de toda a sua empresa, de um extremo ao outro, e faça-o visualmente para que os interessados internos e os clientes possam ver o mesmo futuro que você vê. Utilize essas visualizações não apenas para promover a repetição rápida e barata de uma ideia, mas também para desenvolver um comprometimento emocional para com o conceito em toda a sua organização. Abarque a parte viável mais ínfima de ideia para introduzi-la primeiro no mercado e utilize isso como uma cabeça de ponte para promover o crescimento e escalonar seu negócio. Todos esses princípios e abordagens ajudam a eliminar o risco do processo até o mercado.



Algumas qualidades que os inovadores precisam dominar parecem se contradizer

Como posso ser criativo e disciplinado?

É realmente possível ser prático e ambicioso?

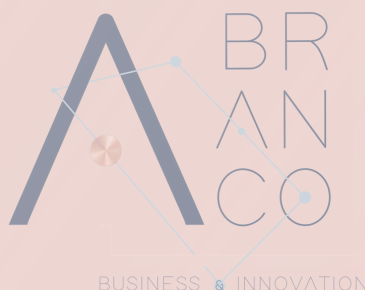
Como um dispositivo pode ser menor, mais leve e mais potente?

Como um carro pode ser mais confortável e mais eficiente em energia?

Como o sistema de saúde pode gerar resultados melhores e ter um custo drasticamente inferior?

Qualquer sistema de inovação de excelência respeita e resolve esses conflitos aparentes.

O segredo é vê-los como tensões a serem controladas, e não como trade-offs (compensações) que precisam ser feitas



A INOVAÇÃO EXIGE

CRIATIVIDADE + DISCIPLINA

A criatividade não é um recurso escasso mas iniciativas de inovação. A disciplina é. Elas se referem ao domínio dos métodos e ferramentas necessários para identificar, sequenciar e solucionar todos os problemas de um desafio de inovação. Do mesmo modo que os músculos praticam regularmente escalas e arpejos, os inovadores precisam ser disciplinados em seu ofício para maximizar seu impacto. As restrições ampliam a criatividade; elas nunca a obstruem. É justo, razoável e prudente esperar que qualquer pessoa inove, de forma criativa ou não, e persiga essa missão com rigor.

FOCO DE CIMA PARA BAIXO + DE BAIXO PARA CIMA

Os altos executivos não podem ficar imersos em cada detalhe de todo projeto - mas eles podem expressar um foco de inovação inspirado e inspirador e responsabilizar as equipes pelos resultados. Os melhores líderes de inovação mantêm-se abertos ao trabalho fazendo mudanças e experimentações surpreendentes e gerando resultados inesperados. À medida que a inovação se desenvolve, o cliente ou usuário pretendido pode mudar; a solução pode envolver tipos radicalmente diferentes à proporção que o trabalho evoluir. É também essencial que a liderança ofereça o apoio que as equipes precisam para ter êxito - e estimule o sentimento de apropriação em todos os níveis da organização

PRAGMATISMO + AMBIÇÃO

Uma parte essencial (e com frequência desconfortável) da inovação é o compromisso de solucionar desafios arrojados e complexos - especialmente quando você não sabe com precisão como você os solucionará. Não deixe a ansiedade natural do momento diminuir a sua ambição; primeiro, tenha confiança em utilizar métodos e ferramentas mais adequados e, com o tempo, tenha confiança em seu talento. Procure abordar os desafios que são relevantes para a sua empresa e seus clientes e procure toda e qualquer oportunidade para eliminar o risco de sua iniciativa. Utilize protótipos e pilotos para promover um desenvolvimento iterativo e pense em como você pode resolver a parte mais difícil desse grande desafio.

ANÁLISE + SÍNTESE

A análise (solucionar os problemas decompondo e examinando seus componentes) e a síntese (solucionar os problemas criando novas soluções formadas por componentes desconexos) são processos bastante distintos. Ambas são necessárias para o êxito da inovação e são mais potentes quando associadas. O processo de inovação exige ambas: analisar inovações potentes e padrões setoriais e sintetizar novas inovações de elementos básicos importantes. Há muito tempo tem havido uma separação desfavorável entre esses dois lados: o pessoal da criação descartam os MBA's considerando-os embotados e entediantes, e vice-versa. Felizmente, essa discrepância está se dissolvendo e as equipes de peso utilizam essas duas habilidades de maneira recorrente e em abundância.





DESENVOLVIMENTO
ORGANIZACIONAL
GAIN WITH
NO PAIN

Através de Metodologia própria, GAIN (Gestão Ágil de Inovação em Negócios), nós da A.BRANCO BUSINESS & INNOVATION atuaremos no desenvolvimento organizacional da sua empresa.



Mapeamento, Desenho e Arquitetura de processos e pessoas com conhecimento profundo do seu negócio.

Apresentaremos uma visão completa de como está a sua empresa!

Iremos mostrar as principais oportunidades de melhoria e todos os recursos existente que podem ser mais bem explorados. Entregaremos um Planejamento estratégico por indicadores, plano de desenvolvimento de portfólio baseado em inovação.

Analisaremos também as condições de concorrência e a estrutura de capital da empresa. Faremos análises de posicionamento de concorrentes, como ocorrem suas precificações, suas estratégias de marketing e diferenciais competitivos.

Através desse trabalho teremos o detalhamento da operação da empresa. Isto possibilitará a definição de importantes indicadores financeiros e não financeiros de desempenho para alavancar o seu negócio.



VENHA NOS
ACOMPANHAR
EM NOSSAS
MÍDIAS SOCIAIS



@abranco_bi



@Abrancobi



Ana Paula
Branco



ANA PAULA BRANCO

CEO



+55 11 96194-5020



contato@abrancobi.com.br



abrancobi.com.br

