

Eficiência empresarial em poucas palavras

Eu poderia escrever um livro inteiro falando como o empresário poderia aumentar a eficiência de uma empresa ou de um executivo. Aqui, vou dar a dica mais valiosa. Inovação.

Inovação é a única alternativa viável para que você consiga crescer mais do que os outros. Sem inovação você crescerá igual ao seu colega de trabalho, ou igual ao seu concorrente. Com inovação você terá mais agilidade e mais velocidade.

Inovação não é apenas criar novos produtos ou serviços. Inovação é fazer alguma coisa diferente buscando sinergias e criação de valor para as pessoas a quem você serve.

No início da época da Internet eu trabalhava para uma grande empresa de software que estava sofrendo porque o concorrente tinha lançado um browser para acesso a Internet e contava com 98% de market share. Meu desafio, como diretor da empresa, era mudar o jogo e conseguir que tivéssemos uma participação expressiva no mercado. O concorrente distribuía seu browser pela Internet. Era um contra-senso já que para acessar a Internet o usuário precisava do browser. Lancei mão da inovação. Percebi que a Internet seria uma grande aliada para os bancos, então, criei a possibilidade para que os bancos personalizassem nosso browser com seus logos e mensagem de marketing e distribuíssem CDs com nosso browser dentro. Em menos de 1 ano tínhamos 60% de market share.

Lembro do grande Roberto Dualibi, figura ilustre do mundo de marketing, que diz que não adianta ficar sentando embaixo do chuveiro esperando uma idéia cair na sua cabeça. O máximo que você vai conseguir é pegar um resfriado.

Ter uma boa idéia é fruto de uma análise do contexto. Identificar o que já foi feito, ganhando com as boas e más experiências. Ouvir as necessidades do mercado e mapear como podemos gerar valor para nossos “clientes” (aqueles a quem servimos). A concepção da idéia ou a “iluminação” é parte de um processo ou metodologia de pensamento.

O grande desafio dos executivos está em arrumar um tempo para “pensar”. Vivemos apagando incêndios. Basta pisar no escritório que já estamos sufocados em reuniões, emails, torpedos, e várias outras intercorrências que pedem nossa atenção. Aí, quando vamos ver, passou-se o dia e não tivemos tempo de “ter idéias” nem de fazer absolutamente nada de diferente. Fizemos o que fazemos sempre – o piloto automático.

Começa a chegar o final do trimestre e os incêndios ficam ainda maiores. Você fica pressionado pela receita de curto prazo e sai correndo como um louco. Passou o trimestre. Passou o ano.

Quer saber como aumentar o seu desempenho? Pare e pense. Pense e inove.

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@advancemarketing.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da ADVANCE – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.