

OS VERDADEIROS HERÓIS DA INOVAÇÃO

Matt Kingdon
DVS Editora, 2014

- O que poderia ser mais instigante do que utilizar como ponto de partida uma folha de papel em branco e criar algo realmente de valor?
- A necessidade de ruptura está forçando as pessoas a olhar além de sua categoria e de sua zona de conforto, que o relacionamento com os grupos de interesse está se tornando mais complexo e que a quantidade de obstáculos a serem superados é maior do que nunca
- Para que a inovação ocorra, precisamos combinar determinação, provocação, experimentação, astúcia política
- Não havíamos desenvolvido um argumento comercial para respaldar nossas ideias
- Ter paranoia é uma boa coisa, ficar o tempo todo inquieto
- Serendipidade: ocorrência de eventos acidentais. Resultado feliz e proveitoso que pode ter sido inesperado, mas não por acaso
- Você pode fazer sua própria sorte se estiver preparado para trabalhar com afinco e ser ousado
- Você não deve ter medo de experimentar
- Os protagonistas que incentivam novas ideias precisam ter algumas qualidades especiais para sobreviver aos combates que enfrentarão, ser humildes, saber que não têm todas as respostas, confiantes o suficiente para se respaldar, saber trabalhar bem em equipe, ser competente para fazer as coisas acontecer
- E se?
- A inovação precisa de um grupo rebelde empenhado em fazer as coisas de uma maneira diferente

É um grande desafio expressar objetivos:

- ✓ Por meio de uma linguagem franca e coloquial;
- ✓ De uma maneira mensurável ou comparável;

- ✓ Com apelos aos instintos humanos básicos, vencer, tornar o mundo um lugar melhor, ficar rico.

- Não há ninguém mais perigoso do que o sabe-tudo
- Inovadores têm de saber quando silenciar e começar a ouvir
- E se houver uma saída melhor
- Você se concentra em seus clientes e no que eles desejam
- Ter habilidade para fazer as conexões que ninguém mais foi capaz
- A inovação é movida por um novo insight – uma profunda compreensão do motivo por que as pessoas fazem o que fazem
- Na maioria das grandes organizações é muito fácil ficar preso a uma rotina ou a um padrão de comportamento em que se tem pouca oportunidade de ser provocado
- A busca por provocação é sempre desconfortável
- Ter padrões de serviço e ao mesmo tempo permitir que usem a inteligência para “invalidar” o sistema, quando necessário
- Se você entope a cabeça com as mesmas coisas de sempre, então obterá as mesmas coisas de sempre
- Precisamos ser criativos e audaciosos em nossa abordagem, mas planejar tudo isso com cuidado
- Às vezes, clientes ou colegas podem lhe dizer qual deveria ser sua estratégia de inovação
- As pessoas tendem a gostar de falar dos problemas provocados pelos outros
- Examinar com atenção o ciberespaço, onde pessoas estão conversando sobre os temas que lhes interessam pode ser uma excelente fonte de ideias de inspiração
- Encare a realidade e reconheça que essa busca requer coragem
- O exercício de se colocar no lugar do cliente pode ser feito em equipe
- Penetre na mente dos consumidores
- Encontre usuários radicais ou excêntricos
- Observe quais são suas competências com novos olhos
- Transformar ideias em realidade é apropriado para todas as organizações
- Até que ponto podemos tornar isso real agora?

Criação colaborativa requer:

- ✓ Briefing co escopo restrito
- ✓ Qualidade dos protagonistas
- ✓ Plano esquemático
- ✓ Abordagem holística
- ✓ Recursos
- ✓ Expressar ideias em diferentes meios
- ✓ Intensidade

Como você venderia a um amigo?

Planeje várias rodadas de experimentação

Comece com várias hipóteses e resista à tentação de pensar que você tem uma ideia vitoriosa logo de saída

Explorar alternativas

Continue entusiasmado, mas mantenha a objetividade

Comece rápido, em silêncio

Ganhe confiança antes de divulgar a sua ideia

Inicie com custos baixos e apenas com o essencial

A experimentação necessita de uma comunidade e de espírito cooperativo

O que podemos tornar real agora?

Juntar-se ou misturar-se com alguém ou outra coisa geralmente sem perder a essência da identidade

Fazer com que uma ideia seja aceita dentro de uma organização é muito mais difícil do que ter a ideia

Benefícios de definição de escopo:

- ✓ Estimular amplo grupo de interessados a pôr para fora todas as ideias que tiveram
- ✓ Forçar a equipe de projeto a ampliar seus horizontes
- ✓ Evidenciar ideias provavelmente atraentes, desde o princípio

- ✓ Ajudar a equipe de projeto a perceber o calibre de seus colegas de inovação
- ✓ Expor divisões dentro do grupo

Os inovadores precisam propor logo no início de que forma eles serão avaliados

Em seu estágio inicial, inovações precisam de pessoas que falem frequentemente sobre o desenvolvimento da ideia

Medidas que promovem diálogo:

- 1) Examine o pipeline de inovação de cima para baixo
- 2) Faça uma avaliação objetiva, ajustada ao risco
- 3) Analise a velocidade e a taxa de sucesso
- 4) Procure a fundo o valor financeiro
- 5) Determine um modelo de avaliação de mercado
- 6) Monitore as medidas de saúde da incubadora

Não saia da sala enquanto não tiver respostas claras para:

- ✓ Você enquadrou o desafio de inovação?
- ✓ Quanto é necessário inovar, que tipo de inovação é essencial e para quando?
- ✓ Você tem certeza sobre o que está dentro e fora do escopo?
- ✓ Como você utilizará os boatos para administrar sua reputação?
- ✓ Como você demonstrará maior paixão por seus produtos do que pelos processos?
- ✓ Qual é a estrela-guia única e básica que criará o espaço de respiro para inovar?
- ✓ Onde ficam as zonas de segurança que protegerão as novas ideias?
- ✓ Que papel o líder da empresa precisa desempenhar?

- ✓ Que medida você recomendará a seu grupo de patrocinadores para que eles o avaliem?
- ✓ Quem são os do contra?
- ✓ Qual é o plano para que eles fiquem do seu lado?

Não há nada mais recompensador na vida do que olhar para uma página em branco e começar a preenchê-la com algo de valor