

20 de Agosto de 2009 - Carreira

Quer aprender a inovar?

Confira as dicas de Rowan Gibson, um dos grandes especialistas na área.



Melancia quadrada: maneira inovadora de praticidade

Muito se ouve sobre a importância da inovação para a sobrevivência das empresas, especialmente em tempos de crise, quando a retomada do crescimento das vendas se torna ainda mais urgente. Mas como organizar uma companhia para torná-la inovadora? O inglês Rowan Gibson, especialista em gestão, viaja o mundo dando palestras e consultorias para responder exatamente a essa questão. Entre seus clientes de trabalhos anteriores, estão multinacionais como Nokia, Philips, Bayer e Siemens.

Segundo Rowan, para inovar, é preciso tomar quatro atitudes básicas: dar tempo e espaço a seus funcionários, apostar na diversidade, estimular as conexões entre áreas e contato entre os funcionários e fomentar insights. “Não basta apenas investir em pesquisa e desenvolvimento. A GM foi uma das empresas que mais gastou com isso nos últimos anos e acabou onde acabou”, diz.

Tempo e espaço – “Você já viu alguém ter uma grande idéia no escritório em meio aos telefones tocando e às constantes interrupções?”, diz. Para o especialista, uma empresa exemplar nesse sentido é o Google, que reserva um determinado período do expediente para os funcionários desenvolverem projetos próprios. Resultados: Google Earth e Google Talk.

Diversidade – Não é apenas uma questão gênero e raça, mas principalmente de diversidade de pensamento. Profissionais muito parecidos tendem a ter as mesmas conversas, as mesmas idéias e a trabalharem da mesma maneira, sem trazer pensamentos frescos para as empresas. O ideal é que entre seu time de funcionários haja jovens e profissionais vindos de outras empresas e setores.

Conexão – “A maioria das grandes idéias não são inteiramente novas, elas partem de algo que já existe. Foi assim com o eBay e Mercado Livre. Há quantos anos não existem os leilões? Há quantos anos as famílias não vendem objetos que já não desejam mais? Isso sempre existiu, o que fez o eBay único foi ter juntado tudo isso na internet”, defende Rowan.

Insights – Ter insights não é nada fácil é verdade, caso contrário todos nós poderíamos estar milionários. Analisando 200 perfis de inovadores natos, o especialista chegou a algumas características presentes na maioria deles.

Desafiar ortodoxias parece ser essencial para criar algo inovador. Exemplo? Agricultores japoneses passaram a plantar melancias quadradas, já que as redondas são pouco práticas para serem cortadas e armazenadas. Ciência de outro mundo? Não, elas são plantadas em uma caixa para crescerem dessa maneira. Ainda hoje as melancias quadradas são um hit no Japão.

“A Apple desafiou o entendimento de que PCs deveriam ser feios, assim como a Tata, ao criar o Nano, ignorou que um carro devesse custar por volta de US\$ 20 mil”, exemplifica Rowan.

Saber identificar tendências é essencial para poder lucrar com elas. O Twitter é um desses casos. Em 2008, o microblog contava com 1,6 milhão de usuários. Em 2009, um ano depois, já são 32,1 milhões.

Outra dica do especialista é saber tirar proveito dos recursos de sua empresa de novas maneiras. A Disney, referência em animação e parques temáticos, tem investido nos últimos anos em peças teatrais na Broadway. Elas têm atraído um dos maiores públicos da história.

Um último ponto é saber antecipar as necessidades do consumidor. Descobrir o que ele deseja antes de ele querer. Uma empresa de telefonia, por exemplo, desenvolveu um celular voltado para muçumanos. O aparelho avisa o usuário do horário das rezas e, através de seu GPS, informa a direção de Meca.

Então é fácil inovar? Claro que não. Mas colocado dessa maneira até parece, não é mesmo? Boa sorte, futuro inovador.

Fonte: Época Negócios

Edição: F.C.

20.08.09