



KES

Knowledge Exchange Sessions

PASCAL FINETTE

VP STARTUP SOLUTIONS NA SINGULARITY
UNIVERSITY.

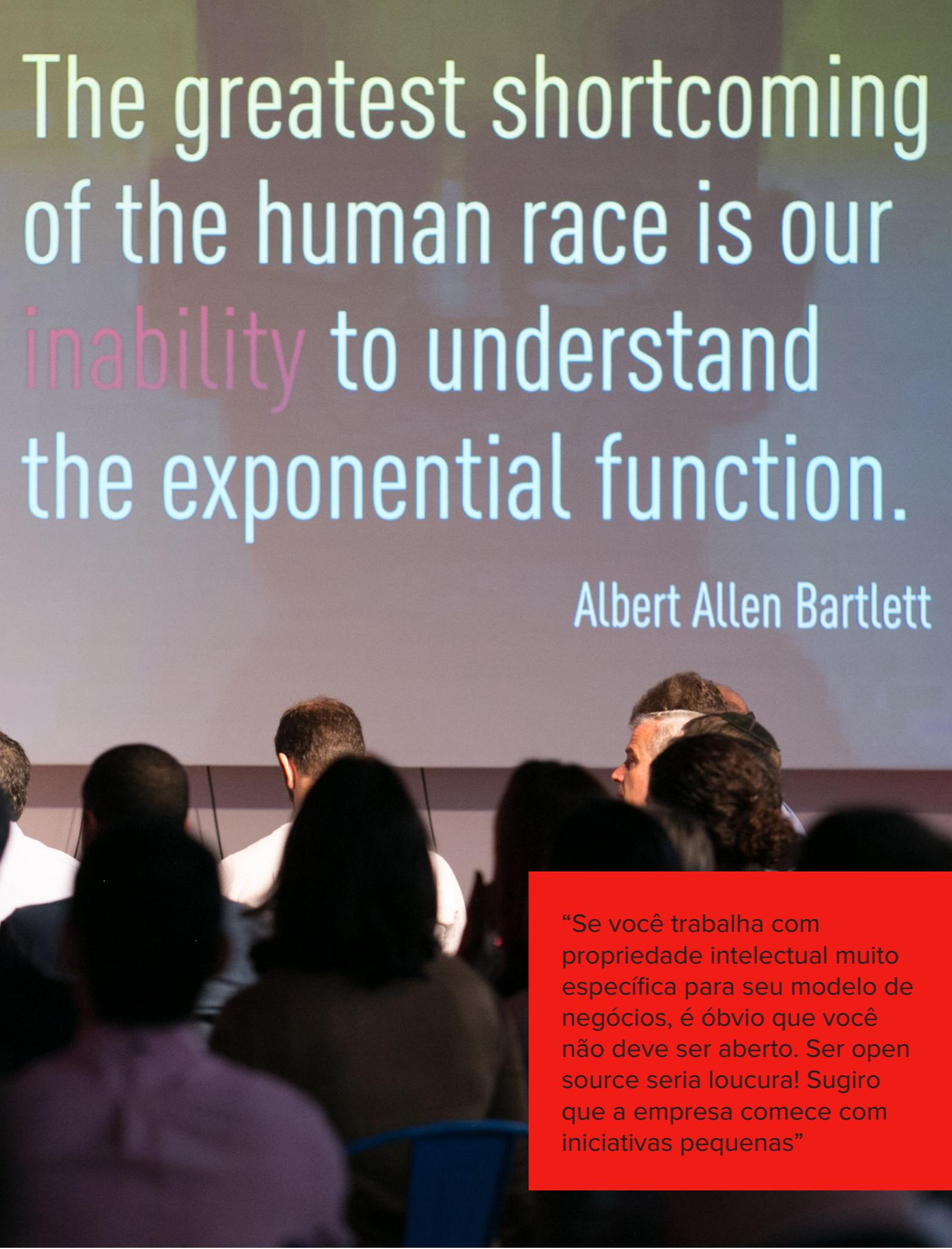
EXPONENTIAL THINKING

TRANSFORMAÇÃO EXPONENCIAL E INOVAÇÃO COLABORATIVA

Em um curto espaço de tempo, uma empresa líder em seu mercado pode perder o posto. O motivo da queda quase sempre tem relação com um concorrente que investe em uma mudança tecnológica antes dos demais e que acaba provocando uma transformação exponencial em um setor. Para falar sobre o tema e de como sua empresa pode cultivar práticas inovadoras, o **KES (Knowledge Exchange Sessions)** recebeu **Pascal Finette**, VP de startup solutions da Singularity University, durante evento realizado na Casa Itaim, na última terça-feira (28).

Finette começou sua keynote explicando em que consiste uma transformação exponencial. O fato é que não estamos acostumados a pensar dessa forma, mas sim de maneira linear. Neste tipo de abordagem exponencial, uma tendência começa fraca, e as primeiras soluções decepcionam. Como exemplo disso, foi citado o Google Glass. Até que chega um momento de transição, seguido de uma rápida transformação que traz caos e surpresa. Nesse caso, um exemplo é o mercado de smartphones. Em 2007, a Apple, empresa que nunca tinha feito um celular, lança o iPhone.





The greatest shortcoming
of the human race is our
inability to understand
the exponential function.

Albert Allen Bartlett

“Se você trabalha com propriedade intelectual muito específica para seu modelo de negócios, é óbvio que você não deve ser aberto. Ser open source seria loucura! Sugiro que a empresa comece com iniciativas pequenas”

NINGUÉM INOVA SOZINHO

A constante busca por uma transformação exponencial passa por um processo colaborativo. Para detalhar essa ideia, o palestrante tratou de cinco abordagens que podem ser usadas para solucionar problemas de forma inovadora: competição, crowdfunding, crowdsourcing, open platforms e open source.

Promover uma competição com o objetivo de prever tempestades solares foi a solução pensada pela NASA. Após estudar o assunto por 35 anos, apenas quando a agência espacial americana submeteu sua dúvida a uma comunidade mais extensa, que um matemático descobriu um modelo que consegue prever tempestades com até 8 horas de antecedência. Isso é importante, pois o contato com uma tempestade solar poderia destruir vários satélites e até a Estação Espacial Internacional.

A startup Flow queria elaborar um dispositivo para facilitar a remoção de mel de uma colmeia. A companhia criou uma campanha de crowdfunding (financiamento coletivo) pedindo ao todo US\$ 70 mil para criar alguns mecanismos de extração. Quem cria abelhas viu valor no dispositivo e resolveu financiar a ideia. No fim das contas, a Flow arrecadou US\$ 13 milhões.

A Pepsico quis fazer uma propaganda impactante do salgadinho Doritos no SuperBowl, uma das maiores vitrines do mundo para o mercado publicitário. Em vez de contratar agências, a empresa fez um crowdsourcing, pedindo sugestões de consumidores para o comercial. O autor do mais votado ganhou um bilhete para o evento. Ao todo, a marca gastou US\$ 2,5 milhões com produção e teve US\$ 36 milhões de mídia espontânea.





“As reuniões não são batalhas para ser vencidas. Geralmente, são feitas para resolver problemas”.

Outra possibilidade é promover open platforms (plataformas abertas), na qual pessoas possam construir algo com base em um serviço disponibilizado por uma empresa. A IKEA, loja que vende móveis montados pelos próprios clientes, acabou criando uma plataforma de modificações de móveis, após ver que vários consumidores estavam personalizando, ou hackeando, as montagens.

Há ainda a solução do open source (código aberto). O exemplo mais conhecido é o Linux, cujo código está disponível para qualquer pessoa e uma comunidade compartilha melhorias para a plataforma. Essa constante evolução fez com que o sistema fosse o mais utilizado em servidores. Mesmo com várias informações disponíveis gratuitamente, a Red Hat, uma empresa que vende serviços de consultoria relacionadas ao Linux, chegou a lucrar US\$ 1 bilhão com isso.

Antes de escolher uma das ferramentas de inovação colaborativa, pondera Finette, a empresa deve pensar o que ela quer atingir e por que ela quer atingir.

“Se você trabalha com propriedade intelectual muito específica para seu modelo de negócios, é óbvio que você não deve ser aberto. Ser open source seria loucura! Sugiro que a empresa comece com iniciativas pequenas”, afirmou.

Após saber o que se quer atingir, a inovação colaborativa exige que exista um propósito, ou seja, por que as pessoas devem se preocupar com aquilo que você está propondo. Não adianta só falar para os funcionários *“que precisamos cocriar uma estratégia para vender mais produtos”*, diz Finette.

Tendo um norte, a equipe pensará em possíveis soluções para o problema. O processo criativo fará com que ideias de pessoas com diferentes níveis hierárquicos e backgrounds sejam tratadas em pé de igualdade. Além disso, aumentam o senso de pertencimento, o aprendizado e a boa reputação das pessoas envolvidas.





EXCHANGE SESSION



TROCANDO CONHECIMENTO

Na segunda parte, Finette propôs um desafio aos participantes do KES. Eles deveriam formar grupos de até 6 pessoas para pensar em um problema prático que gostariam de resolver e escolher um líder — tudo isso em 4 minutos.

Na sequência, os membros tinham 2 minutos para escrever o máximo de ideias possível, em post-its para, em seguida, apresentar e escolher as melhores.

“Em menos de 10 minutos, vocês já aprenderam na prática como pensar na resolução de problemas. É importante trabalhar com limite de tempo e, ao fazer brainstorming, ter o máximo possível de ideias das mais distintas fontes possíveis”, disse Finette.

Para ele, um problema clássico de reuniões de trabalho é que elas costumam ser longas, e a pessoa de maior nível hierárquico ou a mais eloquente tenta “ganhar” a ocasião. *“As reuniões não são batalhas para ser vencidas. Geralmente, são feitas para resolver problemas.”*

No fim da atividade, os grupos tiveram 15 minutos para cocriar — pensar nos próximos passos para concretizar o que foi discutido.

“Em menos de 10 minutos, vocês já aprenderam na prática como pensar na resolução de problemas. É importante trabalhar com limite de tempo e, ao fazer brainstorming, ter o máximo possível de ideias das mais distintas fontes possíveis”

O grupo de Heloisa Nigro, da In Connection, teve como desafio tornar atrativa a venda de chocolates via e-commerce — o item, geralmente, é ligado a compra por impulso e existem barreiras para entrega. Como solução, pensaram em criar um portfólio de produtos exclusivos, cocriação de linhas com marcas e chocolates sazonais.





O grupo do Jorge Toledo, da SAP, pensou em resolver o desafio que é a dificuldade de comprar uma casa para alguns públicos. Eles pensaram em uma solução que envolve a co-propriedade de casas e apartamentos. Assim, os participantes pagariam uma taxa e poderiam passar um tempo em um casa em São Paulo e outro período em uma casa no Rio de Janeiro, por exemplo. A solução seria testada em duas cidades, com um público específico, no caso os millenials.

Teve ainda grupos que pensaram, por exemplo, em usar uma plataforma, no caso o Uber, como meio para impulsionar a venda de cosméticos. Ou ainda potencializar a venda de seguros de vida, um serviço que não é considerado atrativo para muitas pessoas. A estratégia foi pensar no mercado de seguros como uma plataforma e atrelar a outros tipos de produtos. Um dos possíveis alvos sugeridos pelo palestrante são os praticantes de esportes radicais. Por exemplo: na venda de uma prancha de snowboard, uma oferta para aquisição de um seguro de vida.



DEPOIS DA
PALESTRA,
NÓS DO KES,
PROPOMOS
A VOCÊ MAIS
ALGUMAS
REFLEXÕES:

Que tendências com potencial exponencial identifico nos meus concorrentes?

Em quais problemas ou desafios da minha empresa poderia usar ferramentas da inovação colaborativa?

Ao tentar solucionar problemas, mantenho a questão apenas entre um grupo fechado de pessoas da empresa? Tenho consciência que muitas vezes não são os especialistas que virão com soluções inovadoras?

Em reuniões de trabalho, tenho hora para acabar e começar? Procuro ouvir em pé de igualdade a opinião de pessoas de distintos níveis hierárquicos?



INSPIRED BY:

Accenture **Interactive**
Part of Accenture Digital



KEES

KEES

Knowledge Exchange Sessions

KEES.COM
**PASCAL
FINETTE**
Exponential Thinking
28/11/17

KEES.COM
**PASCAL
FINETTE**
Exponential Thinking
28/11/17

KEES.COM
**PASCAL
FINETTE**
Exponential Thinking
28/11/17

F45I

Desenvolvido com
Guilherme Tagiaroli

Design by Grafikonstruct
<http://www.grafikonstruct.com.br>

WWW.KES.DO

[INSTAGRAM](#)

[TWITTER](#)

[FACEBOOK](#)

[G+](#)

[LINKEDIN](#)