

Para inovar é preciso mais do que boas ideias - Por João Kepler

Para ser realmente inovador você não precisa necessariamente desenvolver um software ou um sistema de última geração. É possível inovar em processos e em diferentes etapas de um negócio, independente do estágio que ele esteja.

28/09/2016 14:03:37

Existe uma grande diferença entre você enquanto empreendedor/empresário achar sua ideia incrível e revolucionária e o que de fato ela é, ou seja, a perspectiva e forma como os outros e o mercado a enxergam. Não estou dizendo isso para desanimar ninguém, muito pelo contrário. Saber lidar com a realidade, suas possibilidades e desdobramentos é fundamental para o desenvolvimento e sucesso do seu negócio. Existe ainda um outro ponto fundamental em todo esse processo, não tem como saber exatamente se sua ideia é uma inovação até que você consiga colocá-la em prática e testar seus resultados.

Em tempos de crise então, nem se fala! Tem muita gente com ideias incríveis por aí, para seus negócios. Mas o que é realmente um negócio inovador? Hoje em dia, negócios inovadores também são sinônimos de “startup”, definição que se dá a empresas que se utilizam de modelos de negócios diferenciados. E esse tipo de empresa cresce em ritmo acelerado no Brasil. Segundo levantamento realizado pela ABStartups - Associação Brasileira de Startups, em dezembro de 2015, o número de empresas em estágio inicial no país chegava a 4.151, representando um crescimento de 18,5% em seis meses, um crescimento considerável apesar da crise.

Mas se engana quem pensa que uma startup de sucesso está necessariamente ligada à tecnologia. Não existem regras na hora de inovar em qualquer negócio, seja na área tecnológica ou não. Uma padaria que propõe aos seus clientes, um drive thru, oferece uma opção a mais para aqueles que querem comprar pão sem sair do carro. Para ser inovador um negócio precisa propor aos seus clientes soluções práticas e viáveis, que podem ser ainda inusitadas. Isso acontece quando você entrega mais do que o consumidor esperava, e quando a própria forma com que a experiência de consumo é sentida pelo cliente pode fazer com que a surpresa positiva seja diferenciada.

Além disso, um produto inovador por si só já tende a ser mais atrativo no mercado do que um produto comum. O que precisa ser trabalhado é a forma com que essa ideia/conceito é vendida no mercado e a maneira que chega aos seus consumidores. Um produto inovador tem que ser

essencial ao ponto de não precisar ser 'vendido' e sim 'comprado'.

Um empreendedor/empresário precisa ter a inovação nas veias. Ou seja, ser aquele que consegue enxergar além do óbvio e do esperado, e que deixa a imaginação e criatividade fluírem. E para construir startups sustentáveis, não basta ter um produto inovador, o empreendedor tem que saber vender e quanto mais conhecimento ele tiver sobre varejo e e-commerce, menos ele erra e mais rápido consegue gerar resultados. Se não fatura, aumenta as vendas e traz novos clientes, não é inovação.

É preciso saber também quem são seus consumidores, onde eles estão e o quanto estão dispostos a conhecer você e pagar pelo que você oferece. Estratégias são montadas em cima de constatações, por isso, a dica aqui é ficar atento aos sinais que o próprio mercado dá para não dar um tiro no pé. Além disso, quem deseja apostar em um negócio não pode deixar de manter o foco. Precisa estar ancorado no propósito do negócio ou produto, desde a elaboração do projeto até seu processo de produção, além da comunicação e lançamento estruturados de forma estratégica.

Elenquei três regras fundamentais para te ajudar a detectar se seu negócio é mesmo inovador, e caso não seja (ainda), elas poderão te ajudar a dar os primeiros passos para torná-lo:

- Quem disse que seu negócio é original e inovador? Realize pesquisas e conheça a fundo o mercado que atua ou pretende atuar.
- Originalidade requer a criação de sistemas. Se você realmente for o primeiro a fazer algo, precisará implantar todo um modelo de gestão do qual não terá um modelo para se espelhar ou adaptar.
- Quem é original e inovador precisa ter coragem de arriscar. Tudo que é novo pode causar certa estranheza, por isso, o empreendedor precisa estar preparado para enfrentar os desafios de “alfabetizar” seus futuros clientes.