

E-book: Insights na Prática

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO



IDEIAS QUE TRANSFORMAM

Vinicius Dias dos Santos

Santos Insights

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Principais Insights sobre Criatividade e Inovação

“A imaginação é mais importante do que o conhecimento. O conhecimento é limitado, mas a imaginação circunda o mundo”
Albert Einstein

Segundo o Fórum Econômico Mundial, as **3 Competências Mais Importantes** para 2020 no mundo dos negócios são: **Capacidade de Resolver Problemas Complexos**, **Pensamento Crítico** e **Criatividade**. Porém a **Criatividade** é a competência que conecta não apenas as outras duas, mas todas as competências necessárias para alcançar a alta performance e o sucesso profissional.

Na era da **Nova Economia** a resolução de problemas e a criação de propostas inovadoras que possam melhorar a performance do negócio, retendo clientes e aumentando a receita, está diretamente ligada à **empregabilidade** dos atuais profissionais que disputam o mercado de trabalho.

Não importa onde você trabalhe ou o que faça, existe alguém neste momento pensando em uma solução inovadora para fazer melhor, mais rápido e mais barato do que você faz. O segredo para o sucesso é conseguir chegar na solução primeiro.

Cada vez mais a **Inteligência Artificial** está substituindo departamentos inteiros ou até extinguindo profissões e empresas que não trazem a **inovação** como matéria-prima do seu negócio. Tudo aquilo que é feito de forma repetida e padronizada, **pode e será automatizado**.

Uma das competências mais importantes que possuímos é a Criatividade. Graças a ela ainda somos soberanos diante dos avanços tecnológicos que alteram rapidamente a maneira como as empresas trabalham.

Por isso é tão importante mantê-la ativa e atualizada com as novas tendências. Assim conseguiremos alcançar resultados positivos, manter o negócio competitivo e atraente no mercado e preservar a nossa empregabilidade, sendo competentes em aproveitar as oportunidades desta nova era digital.

Neste manual sobre **Criatividade e Inovação** abordaremos o tema de forma ampla, buscando atender aos diferentes perfis de profissionais que precisam encontrar **novas formas de se adaptar às mudanças e criar soluções capazes de promover o crescimento rápido e sustentável dos negócios**.

Boa leitura e ótimos insights.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

O QUE SIGNIFICA “CRIATIVIDADE” E “INOVAÇÃO”?

Criatividade é a capacidade que todo indivíduo possui de pensar coisas novas. Já a **Inovação** é a capacidade de fazer coisas novas que gerem valor para a sociedade.

A **Inovação** é filha da criatividade, pois uma ideia só é capaz de se transformar em inovação quando ela sai do campo da imaginação (criatividade) e entra no campo da ação (inovação).

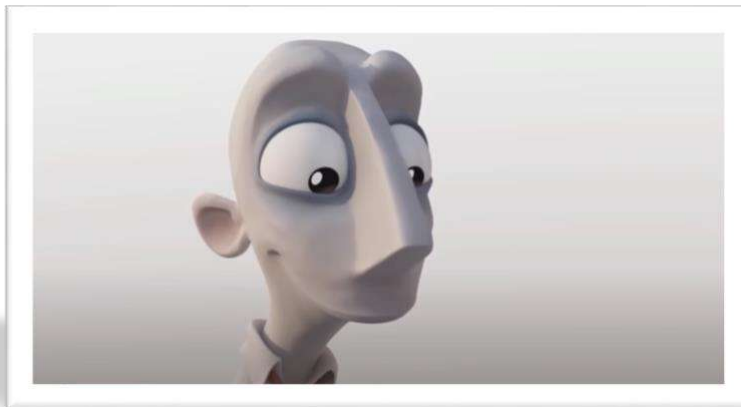
Criatividade não é um “dom”, é uma habilidade com a qual todos nascemos, tal como andar, falar, pensar e sentir. Sendo assim, qualquer um pode aperfeiçoar a criatividade através da prática e de uma boa metodologia.

Para evoluir da criatividade para a inovação é preciso empenho, dedicação, metodologia, disciplina e o mais importante, é preciso **ATITUDE!**

A criatividade é sem dúvidas uma competência importantíssima para a nossa vida profissional, mas também indispensável para **ressignificar** a maneira como vivemos, nos relacionamos e aceitamos o mundo a nossa volta.

A **felicidade** é um dos resultados produzidos quando aplicamos a criatividade para inovar o nosso “eu” e a forma como interagimos com o meio em que vivemos.

Quem consegue enxergar a vida através das “lentes” da criatividade, sempre encontrará um motivo para sorrir e ser feliz. Amortizar o nosso potencial criativo é “*descolorir*” o mundo a nossa volta. Quando você pensa nos seus sonhos eles são cinzas ou coloridos?



“MAIS IMPORTANTE DO QUE TER UMA IDEIA GENIAL É TER QUEM SEJA CAPAZ DE FAZÊ-LA.” STEVE WOZNIAC (CO-FUNDADOR DA APPLE)

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

O QUE DEFINE UMA PESSOA CRIATIVA?

O que define uma pessoa criativa é a sua capacidade de enxergar muito além do que se pode ver apenas com os olhos. É enxergar aquilo que está logo após do óbvio.

Walt Disney com certeza foi uma pessoa muito criativa. Infelizmente Walt faleceu antes que um dos seus parques fosse inaugurado. No discurso de abertura o diretor do parque lamentou que Walt, o idealizador e fundador do parque, não pudesse ter visto a sua obra finalizada. Imediatamente o irmão de Walt Disney (Roy O. Disney) o interrompeu dizendo: “*Desculpe, mas você está enganado. Ele foi o primeiro de nós a vê-lo*”.

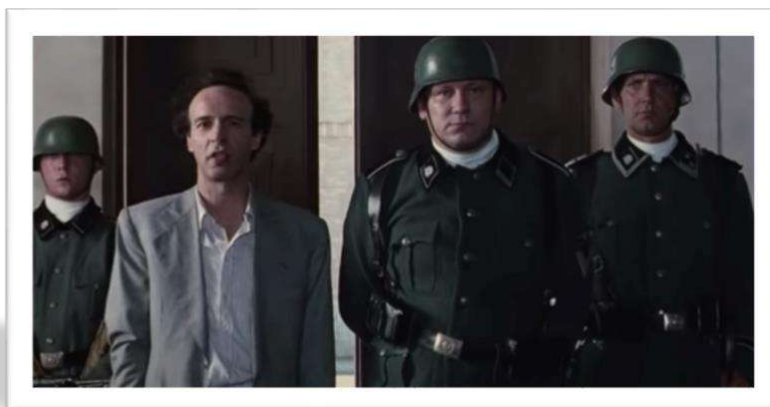
O Roy quis dizer é que Walt Disney com toda a sua habilidade em imaginar e criar, já havia enxergado tudo que ali havia, em cada detalhe, muito antes do primeiro tijolo ter sido assentado.

A **personalidade** e o **estado emocional** podem ser fortes aliados da criatividade. Pessoas motivadas, otimistas e empreendedoras geralmente são pessoas que desenvolveram bem o seu lado criativo. Mas a criatividade também sempre se revelou inovadora em momentos de dificuldade, como: *crises, períodos de escassez, desemprego, guerras, etc.*

A criatividade é algo tão importante para nós seres humanos, pois nos permite até nos momentos de dor e sofrimento, viajar por lugares calmos e felizes sem que precisemos sair do lugar. Graças a criatividade somos capazes de imaginar o céu (paraíso), mesmo atravessando o pior momento das nossas vidas.

A mente criativa é um lugar em si mesma, ela é capaz de fazer do paraíso um inferno e do inferno o paraíso. Podemos influenciá-la positiva ou negativamente, só depende de nós.

Um filme que retrata o quanto a criatividade pode ser um ótimo remédio para as dores emocionais é o “*A vida é bela*”, um filme italiano de 1997. Assista um trecho do filme abaixo:



As dificuldades e privações contribuem de certa maneira para formar mentes criativas que criam soluções inovadoras.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Conhece a expressão: “a necessidade é a mãe da criatividade”?

Nosso cérebro tende a fazer novas conexões neurais quando percebe que algo põe em risco o nosso bem-estar e segurança. Tendemos a buscar na criatividade uma forma para solucionar os problemas, apesar da falta de recursos ou talvez “**graças**” a ela. Com a criatividade ativa e aplicada é possível encontrar a solução para quase tudo, até mesmo para a seca e a fome quando não se tem mais nada, somente o vento.

Veja abaixo como isso já aconteceu de verdade.

A Incrível história do menino que descobriu o vento:



Criatividade está ligada ao **propósito** (o porquê). Sem um propósito de real valor, ou seja, uma boa razão para desejarmos mudar algo, dificilmente teremos um **insight** de proporções transformadoras.

Se você não sabe o que está procurando e o porquê, dificilmente saberá que encontrou aquilo de que precisa quando acha-lo.

Pessoas criativas, via de regra, são pessoas que possuem um **forte propósito**, claro e emocionalmente atraente para si. Isto nutre a imaginação e estimula a criatividade. Em resumo: “*quem encontra um bom porquê, descobre todos os “comos”...*”

“EXISTEM PESSOAS QUE OLHANDO PARA UMA SEMENTE ENXERGAM UMA ÁRVORE, OUTRAS VÊM UM BOSQUE.”

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

O QUE INFLUENCIA A CRIATIVIDADE?

- **DESAFIO:** as pessoas são movidas por desafios, porque o fácil e o comum não demandam esforço, tão pouco requerem que usemos o nosso talento individual. Também não geram recompensa (prazer) na sua realização, apenas conforto e saldo de energia armazenada. Como diria Guimarães Rosa: *“o animal satisfeito, dorme.”*

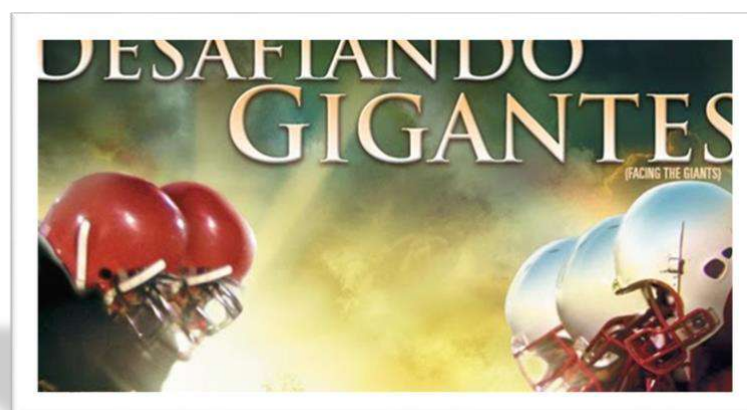
Mas pessoas desafiadas têm a oportunidade de colocarem em prática o seu **conhecimento, habilidades e competências** e experimentam a satisfação de serem **reconhecidas e valorizadas** pela realização de algo novo que leva o seu nome como autor ou co-autor daquela obra.

Por isso empresas inovadoras possuem líderes que sabem **reconhecer, valorizar e desafiar** os talentos da sua equipe, não só coletivamente, mas de maneira individual e particular.

É papel de todo líder manter-se a si mesmo e ao seu time **“insatisfeitos”**. Estar insatisfeito não é sinônimo de estar infeliz ou descontente, mas sentir que ainda não atingiu o seu ápice, ainda não revelou todo o seu talento. É sentir que ainda dá para fazer mais e melhor.

O líder criativo consegue criar diferentes maneiras de desafiar, orientar e gerir sua equipe para que todos possam achar soluções inovadoras e entregar os resultados necessários.

Essa **insatisfação positiva** quando provocada nas pessoas tem o poder de despertar o gigante que mora dentro de cada um. Veja o trecho do filme abaixo:



Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

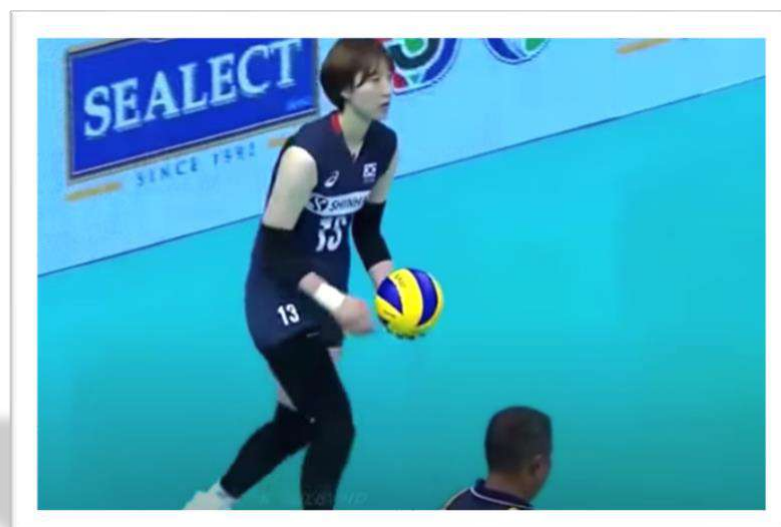
- **AMBIENTE:** o ambiente também pode ser um grande influenciador do processo criativo, tanto positivamente quanto negativamente. Tudo depende de como as pessoas se comportam e reagem quando alguém manifesta uma ideia ou sugestão. Quando há deboche, chacotas, ironia ou repressão, não haverá mais mãos se erguendo para dar sugestões. Porém quando as pessoas são receptivas às opiniões dos seus colegas e cooperam para melhorar ou realizar a ideia do outro, daí sim existe um ambiente favorável para se explorar o potencial criativo do time.

A maneira como os líderes reagem às propostas que seus liderados lhe trazem, será determinante para a formação de um ambiente favorável ao surgimento de novas ideias que possam revolucionar o seu negócio.

É papel dos líderes e gestores de equipes criarem ambientes acolhedores e estimulantes para que seus times possam desenvolver livremente seu potencial criativo. **Valorizar e apoiar a diversidade** e não **reprimir excessivamente os erros**, são formas de apoiar a criatividade e ajudar as pessoas a vencerem o auto preconceito e o medo de dividirem com os outros o que pensam.

Ambientes colaborativos favorecem o desenvolvimento de ideias criativas e inovadoras com um detalhe especial, **o requinte dos valores cultivados pelas pessoas que formam esse ambiente**. Estes valores serão traduzidos em diferenciais importantes que se tornarão percebidos pelos consumidores da marca, gerando mais valor e relevância para o negócio.

Mesmo onde há forte competitividade, pode haver um ambiente favorável e colaborativo que coopere com a criatividade e o crescimento:



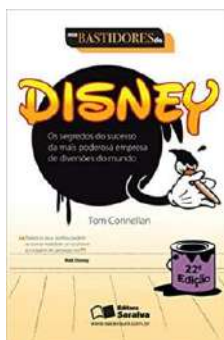
Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

- **RITUAL E TÉCNICAS:** Quando você tem as suas melhores ideias? Existem alguns momentos no nosso dia a dia, cada um tem o seu, em que o nosso lado mais criativo está naturalmente mais “aflorado”, facilitando que criemos novas conexões neurais. Alguns têm o seu “momento Eureka” enquanto estão escovando os dentes, outros no banho, outros enquanto caminham, dirigem, etc.

A Disney por exemplo faz da criatividade não uma casualidade, mas um processo que envolve a todos os colaboradores do parque, não importa a função que desenvolvam.

Todos os colaboradores que trabalham na Disney são contratados como “membros do elenco” interpretando papéis de personagens de uma grande história. Todos têm uma missão muito clara: *“Transformar a experiência dos visitantes na experiência mais mágica de suas vidas.”*

Assim ao menor sinal de que algo não está funcionando bem ou poderia ser feito de uma forma melhor, o membro que percebeu aquele detalhe anota a sua sugestão e na próxima reunião semanal de inovação ele irá expor o que viu e a ideia que teve. Só existe uma regra: *ninguém pode criticar a ideia do colega, nem mesmo o seu gestor, a não ser que seja para melhorá-la.* Não significa que todas as ideias serão implementadas, mas é uma forma de estimular o livre trânsito das ideias.



Se você também é fã da Disney e tem curiosidade de saber como eles fazem para que tudo pareça realmente mágico e tão próximo da perfeição, recomendo fortemente que você leia este livro: **Nos bastidores da Disney.**

Nele o autor narra uma história de um grupo de executivos que visitam a Disney para aprender sobre **gestão, criatividade e encantamento dos clientes.** Você verá que por mais que tudo pareça “mágico” na verdade são **processos, rituais e técnicas** muito bem elaborados e implementados que podem ser facilmente implementados em empresas e grupos de todos os tamanhos.

Ou seja, podemos implementar rituais nas empresas como reuniões de brainstorm, cafés da manhã coletivos com a equipe, eventos lúdicos, dinâmicas, intercâmbio entre departamentos, etc.

O Almirante da Marinha Americana **William McRaven**, escreveu o livro: “Arrume a sua cama”. O livro traz muitas lições práticas sobre a importância da disciplina e atenção aos detalhes em tudo que fazemos, desde a maneira como arrumamos a nossa cama ao levantarmos pela manhã.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Estes rituais podem ser fortes impulsionadores do nosso lado criativo, pois ao realizar uma atividade mais contemplativa ajudamos o nosso lado criativo a trabalhar com mais folga. Além disso o cérebro aumenta a liberação de serotonina e endorfina em forma de satisfação e bem-estar quando fazemos alguma coisa bem-feita, por mais simples que seja. Esta reação química e emocional também influencia nossa capacidade criativa.

Obs. Para legendas em português, clique na engrenagem do vídeo e selecione o idioma.



Dentre as técnicas que podem contribuir para formulação de soluções criativas para problemas complexos, podemos destacar o **desing thinking**. Detalharemos como esta técnica funciona um pouco mais abaixo neste mesmo material.

- **REFERÊNCIAS E NOVAS CONEXÕES:** Criatividade tem tudo a ver com **repertório**, ou seja, a capacidade de fazer **associações** e **conexões** entre diferentes assuntos. Quanto mais repertório, mais eu consigo fazer associações distintas para chegar à novas soluções.

Por isso conhecer sobre diferentes assuntos, ler sobre coisas que não fazem parte do nosso dia a dia, assistir a programas culturais, filmes e documentários, podem ser grandes aliados do processo criativo, mesmo sendo assuntos que não estejam diretamente ligados à nossa atividade principal ou ao problema que precisamos resolver, mas poderão enriquecer o nosso repertório e ajudar na criação de **novas conexões**.

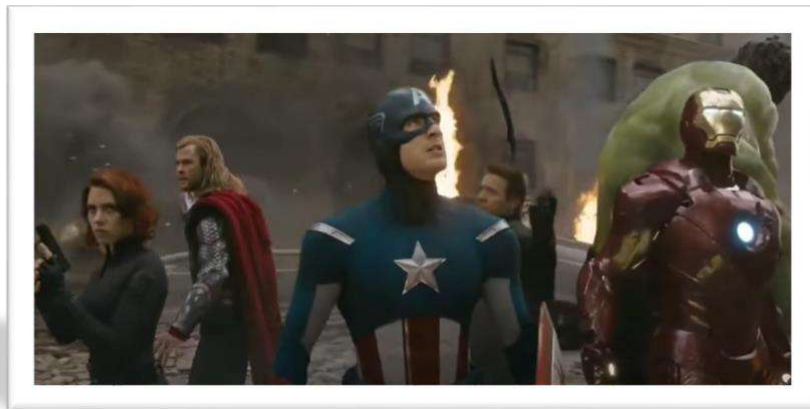
Por isso, novamente voltamos a falar sobre a diversidade nas empresas. Quanto mais diversificado for o seu time, mais repertório ele terá para criar soluções criativas para

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

o negócio e levar a empresa a sair na frente com projetos inovadores que a possam diferenciar perante os seus concorrentes.

Outra maneira importantíssima de melhorar o repertório é através do **Networking**; quanto mais pessoas nós conhecermos, principalmente aquelas que pensam diferente, agem diferente e experimentam realidades diferentes das nossas; maior será a nossa capacidade de aprender com os outros e criar novas pontes que levam ao conhecimento.

Nos filmes de super-heróis como os Vingadores ou a Liga da Justiça, cada herói possui um perfil e um poder diferente do outro. Sozinhos eles vencem batalhas, mas é somente quando somam seus talentos que conseguem ganhar a guerra.



Criatividade requer que nós estejamos abertos a dividir o que sabemos com outras pessoas e aprender o que ainda não sabemos. Dando e recebendo informações e ideias, estaremos cada vez mais preparados para encontrar soluções inovadoras para os nossos desafios.

Mas para que possamos aprender com outras pessoas, precisamos de uma outra virtude, a **humildade**. **Humildade significa reconhecer que sozinhos não sabemos tudo e que juntos saberemos muito mais, porém não tudo que se há para saber.**

- **CONHECIMENTO:** Conhecimento é fundamental para a criatividade. Nós só criamos algo a partir de outra coisa que conhecemos. Por exemplo, alguém só inventou a roda porque viu que algo redondo era mais fácil de se mover do que alguma coisa quadrada. A partir da noção do redondo, veio a roda.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

O conhecimento é a base para a construção de qualquer coisa, até mesmo de uma simples ideia. Sem conhecimento somos como pipas sendo levadas pelo vento, sem destino e sem controle.

Pense nisso: Quantas maçãs já caíram na cabeça de muitas pessoas, mas foi somente na de Isaac Newton que ela foi capaz de gerar um insight que levou à teoria da gravidade.

Quanto mais conhecimento eu adquiro, melhor são minhas conexões e capacidade de encontrar soluções criativas e inovadoras.



- **LIMITES FLEXÍVEIS:** Não devemos impor muitos limites para o processo criativo. É muito difícil ser criativo com pressão excessiva e pouca flexibilidade, apesar de terem pessoas que funcionam muito bem sob pressão.

Tornar obrigatória a entrega de propostas criativas é quase como forçar alguém a nos amar; pode até parecer que é, mas no fundo, não é.

É preciso saber como a nossa mente criativa funciona e explorar este caminho mental (autoconhecimento). Como líder precisamos saber como estimular cada membro da nossa equipe de acordo com a maneira que cada um responde de forma mais criativa e produtiva.

Ser inflexível quando se pode flexibilizar para otimizar processos e soluções, é o mesmo que distribuir camisetas tamanho único para pessoas com físicos diferentes e tornar obrigatório o uso. Enquanto alguns vestirão com folga, outros estarão descobertos e apertados.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Pessoas são diferentes uma das outras. Para que possam alcançar a melhor versão de si e revelar seus verdadeiros talentos, precisam ser estimuladas da forma correta. Isso não significa ausência de regras, prazos e protocolos. Mas para trabalhar com o lado criativo das pessoas precisamos **desafiar o *status quo*** frequentemente e estimular novas experiências, com **orientação, acompanhamento e suporte**.



Somos rápidos em julgar e tardios em aceitar o “novo” e o “diferente”. Mas precisamos nos condicionar a olhar para tudo e para todos com os olhos da Criatividade e descobrir como aprender com **aquilo** e **aqueles** que estão a nossa volta.

O erro mais comum que todos cometemos é **supor** ao invés de **perguntar**.

3 PILARES PARA A CRIATIVIDADE:

Como usar a Criatividade para me aproximar mais do público que eu desejo impactar com a minha marca?

3 Pilares para criar um conteúdo **Criativo** e **Impactante**:

- 1. O que as pessoas querem ouvir?** Pense sempre nas pessoas, no público-alvo que você quer impactar. Conheça o que o seu público está falando agora. O que ele está assistindo. Como ele está interagindo, etc.

Mantenha sempre a “barriga no balcão”, ou seja, esteja sempre próximo do seu cliente ouvindo com atenção o que ele está pedindo. Procure saber o que ele está buscando de novo e porquê que o move a procurar por aquilo.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Soluções inovadoras surgem da capacidade de entender **o que o cliente está falando e o que ele precisa ouvir**.

Exemplo: A 3M entendeu que as pessoas não desejavam um furo na parede, o que elas queriam de verdade era o quadro fixado. Então lançou sua fita adesiva de alta resistência e disse para os consumidores: *“Que tal, ao invés de fazer um furo na parede para fixar o seu quadro novo, apenas grudá-lo com a nova fita dupla-face da 3M”* – Pronto, era tudo que eles queriam ouvir.

Hoje com as redes sociais, ficou muito mais fácil saber o que está acontecendo com o seu público. O que eles estão curtindo, do que estão reclamando e como o seu produto poderia ajuda-los em suas dificuldades do dia a dia.



Quem nunca passou pelo sufoco de receber uma visita inesperada em casa e não ter nenhuma bebida gelada para servir? Bem, sentindo esta dor dos seus clientes a Ambev, maior produtora de bebidas do país, criou o **Zé Delivery**, um aplicativo que entrega bebidas geladas aonde você estiver e bem rapidinho. > **Lembre-se: “Barriga no Balcão”**

2. **O que a marca quer dizer?** O que a sua marca quer falar está alinhado com o que o seu público quer ouvir? Quais são os valores que a marca possui? São os mesmos do público definido como seu target?

Exemplo: A Nike comunica seus valores mostrando que acredita que todos podem ser vencedores, todos podem ser grandes e conquistar seus objetivos. O seu propósito enquanto marca é ajudar as pessoas a alcançarem a sua grandeza.

Veja no comercial abaixo que ela não fala de tecnologia, amortecimento, desing, resistência ou nenhuma outra característica do seu produto. A Nike simplesmente fala do que ela acredita, quem ela é e sobre quem nós podemos ser.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação



Atenção: Cuidado com as “mensagens prontas”, discursos comuns que todos já estão cansados de ouvir, como: “O melhor produto de todos.”, “O mais acessível do mercado.”, “O mais moderno dentre os concorrentes”, etc. O sucesso de uma marca no mercado atual depende da sua capacidade de gerar **engajamento**, ou seja, estabelecer um vínculo emocional entre a marca e o seu público, através da declaração e comprovação dos valores que a marca representa.

3. **Contexto favorável:** Quando você soma o que as pessoas querem ouvir com a mensagem que a sua marca quer falar e multiplica isso num contexto, o resultado é um efeito viral. Podemos entender por “contexto” tudo aquilo que gera familiaridade, ou seja, é algo “próximo a mim”.

Exemplo: Campanha do MC Donalds trabalhando as diferentes maneiras que o brasileiro tem de chamar o MC.



Sobre a Campanha: “Segundo o diretor de marketing do McDonald’s Brasil à Revista Exame, a ação temporária é uma “forma de celebrar a relação das pessoas com a marca”. O comercial da campanha criada pela DPZ&T também brinca com os diferentes nomes que os consumidores dão à rede como “Mequizinho”, “Mecôzo”, “Mecdoninho”, “McZêra”, “Mecão”” - <https://www.conrerp3.org.br/por-que-o-mcdonalds-viroumequi/>

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

NIKE – A MARCA DE ROUPAS MAIS VALIOSA DO MUNDO:

Bill Bowerman e Phillip Knight fundaram a Nike em 1972, inspirados no nome da deusa grega da vitória, Nice. O logo precisava ser algo que representasse velocidade, portanto a asa da deusa foi a escolha do símbolo que representaria a marca de roupas mais conhecida e valiosa do mundo.

Só existiam duas marcas de calçado na época, Adidas e Puma. Não se pensavam em calçados de borrachas para praticantes de esportes. O idealizador do novo produto para corredores, viajou o mundo a procura de conhecimento e inspiração para criar algo novo - **quando você quer criar alguma coisa você precisa viajar nas suas ideias, romper as barreiras que te limitam para que você possa alcançar novos horizontes e descobrir coisas que antes você não se permitia experimentar.**

NIKE não é só uma marca esportiva, é também uma disrupção cultural.



COMO SE TORNAR ALGUÉM MAIS CRIATIVO?

Criatividade é um exercício que não pode ser cobrado com austeridade. Ela deve ser buscada de uma forma leve. Procurar fazer as mesmas coisas que fazemos todos os dias, mas de uma forma diferente já pode ser um ótimo começo.

Dicas: mude o caminho que você costuma fazer para ir ao trabalho, à escola ou para casa. Isso ativa a parte cognitiva do cérebro forçando-o a pensar em alternativas. Ouvir músicas diferentes, ler sobre assuntos diferentes do seu dia a dia, conhecer pessoas novas e lugares novos podem ser grandes aliados do processo criativo.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Insights:

- Sem **CURIOSIDADE** é impossível ser criativo;
- Criatividade é criar algo novo e **inovador**, mas isso não significa que algo precisa ser criado do zero. Criatividade também é melhorar algo que já existe, otimizar um processo para torna-lo mais **barato**, mais **rápido** e/ou **melhor** em algum contexto **relevante**.
- Você não precisa esperar encontrar uma ideia milionária para ter sucesso. Você alcançará o sucesso muito mais rápido se testar várias **pequenas ideias** que possam melhorar e inovar coisas simples do seu dia a dia.
- Não se cobre excessivamente para realizar algo revolucionário. Comece arrumando a sua cama.
- Comece pequeno, **teste rápido**, **erre rápido**, **aprenda rápido** e repita este ciclo para **sempre**, mesmo depois de grande.
- Você não precisa ser o primeiro para ser criativo e inovador. **Grandes ideias são apenas ramificações de outras**.
- Novidade não é sinônimo de inovação/melhoria: Em 99 surgiu o **MSN** que revolucionou na época as comunicações e interações pessoais, introduzindo inclusive os primeiros emojis. Em 2 ou 3 anos de lançado e com uma adesão muito boa, a Microsoft informou aos usuários de que o MSN seria descontinuado em algumas semanas, tudo isso para lançar sua nova plataforma o **Skype** que até hoje **não se mostrou inovador** em seu propósito de facilitar a comunicação entre pessoas, seja social ou profissionalmente.
- Use as redes sociais para buscar **inspiração** para o seu processo criativo. Boa parte dos publicitários e diretores criativos de agencias de publicidade, buscam inspiração nas redes sociais como o **Pinterest**.
- Criatividade é uma habilidade em conseguir somar à **familiaridade** do mercado uma **pitada de inovação**.
- Ousadia em excesso você só falará com **você mesmo**, mas se **ouvir demais** o cliente você **não será ouvido**.
- Quando o seu público precisa pensar muito para entender o que você quer dizer, você irá perde-lo.
- A criatividade ocorre quando aquilo que você fala ou faz consegue gerar uma **conversa**, não apenas uma conversa entre pessoas, mas principalmente uma conversa interior entre os **sentimentos** e **emoções** de cada um. Quando isso ocorre chegou-se ao **engajamento** que provavelmente deve gerar **buzz**, ou seja, repercutir em forma de **compartilhamento** entre as pessoas que dividem as mesmas emoções.
- Quando as pessoas falarem sobre a ideia que você apresentou na reunião de trabalho, na sua propaganda, no seu post ou no seu discurso, aquilo foi **criativo**, sua ideia funciona porque gerou **engajamento**.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

- **Conteúdo gera conexão.** Principalmente se for num formato criativo e de qualidade.
- **Efeito Manada (Neurônios Espelho):** Ações criativas que utilizam de maneira inteligente o “efeito manda”, conseguem influenciar rapidamente o comportamento de outras pessoas. Charles Douglass foi o criador da “Trilha de Risadas”, gargalhadas gravadas que são colocadas estrategicamente em determinados trechos de programas de televisão para induzirem os telespectadores ao riso. Repare quantas vezes ela aparece e varia de acordo com a intensidade da reação que se deseja despertar nas pessoas:



- **Neurônios Espelho** são neurônios que captam as reações de outras pessoas e induzem o mesmo comportamento. Exemplo: quando vemos alguém bocejando, instintivamente sentimos vontade de bocejar também. O mesmo vale para o riso, para o choro, tristeza, alegria, etc. Todas estas reações ocorrem por causa dos efeitos que os neurônios espelho deflagram em nós.

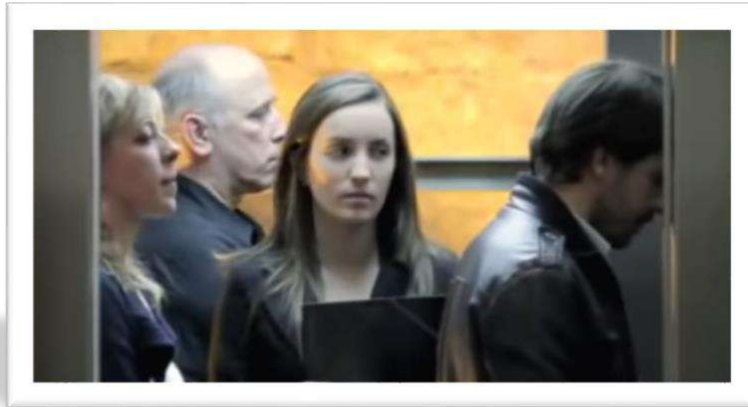
Veja os dois exemplos abaixo e como este é um poderoso recurso criativo para ser explorado em suas ações de marketing e relacionamento:

Exemplo 1 – Coca-Cola Epidemia de Risos



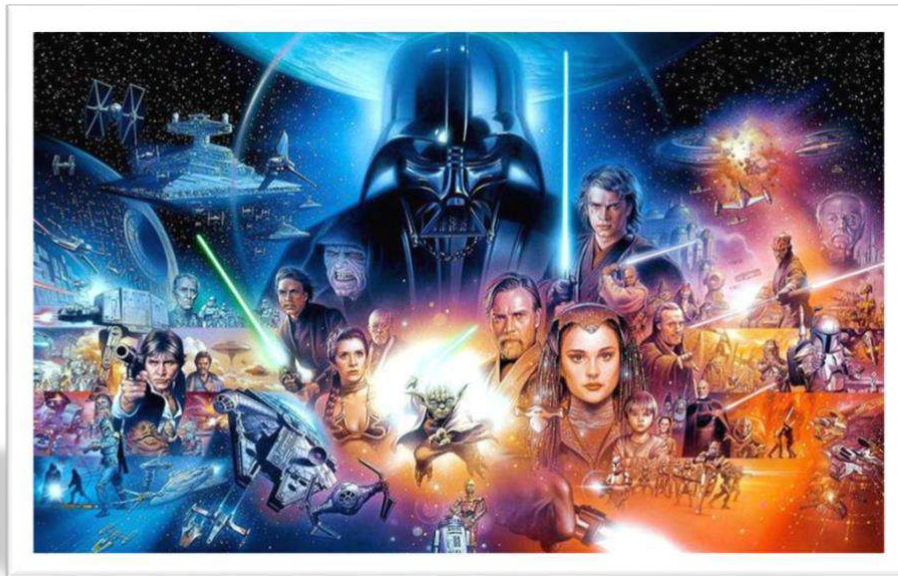
Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Exemplo 2 – Influência Social



- **Inovação** é quando uso a criatividade para criar algo capaz de mudar a maneira como as pessoas vivem. Para inovar é preciso entender como as pessoas **sentem, pensam e agem**.
- Criatividade é associar a **Familiaridade** com uma **Pitada de inovação**:

Exemplo Star Wars: na época o que estava em alta era o bang bang da década de 70. O Criador de Star Wars (George Lucas) apenas transportou os duelos para o espaço, substituiu balas por raios lasers, perseguições a cavalo por espaçonaves e espadas por sabres de luz.



- **Familiaridade gera mais resultado:** Case **Spotify** devido a um problema passou a entregar durante algum tempo somente músicas que os usuários já conheciam e ouviam frequentemente. O resultado foi um volume de downloads muito maior que

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

o normal. Quando voltou a entregar músicas novas e aleatórias, o resultado despencou.



- Toda a Criatividade requer um **problema**, sem ele fica difícil ser criativo. Para resolver algo comece **primeiro entendendo o problema**, as soluções virão por tabela.
- **Atenção:** Gasto energético contínuo significa **falha**.
- **Paradoxo da Abundância** – Quantidade nem sempre é parâmetro para **qualidade**. Temos informação em grande abundância, mas não significa que estamos melhor preparados do que antes, a menos que aprendamos como **usá-la ao nosso favor** ao invés de **sermos usados por ela**. A criatividade precisa ser utilizada para tornar claro e fácil o entendimento rápido de que aquilo que tenho a dizer é realmente relevante.
- **Pensamento Crítico** - O que realmente importa é saber o que importa e o que não importa. Saber “onde quero chegar”, “com quem”, “como” e “quando”, já ajuda a formar uma base muito mais sólida para o processo criativo.
- **Inteligência Colaborativa:** Na medida em que eu ajudo, também sou ajudado. Usar a criatividade de pessoas que não estejam inseridas no mesmo contexto do problema, pode ampliar o leque de ideias.
- “Os avanços mais emocionantes do século 21 ocorrerão não por causa da tecnologia, mas pela expansão do conceito de ser humano.” – John Naisbitt; A criatividade é uma das competências humanas que mais nos qualificam em relação ao avanço tecnológico da I.A.
- Para desenvolver a Criatividade eu preciso me dedicar a ela, reservando tempo para ser criativo. Não desenvolvo a criatividade vivendo apenas a mesma rotina, é justamente quando altero o meu padrão que **estabeleço novas conexões** e chego a **soluções criativas**.
- Quanto mais eu diversifico minhas **fontes de conhecimento** e quanto mais eu consigo criar **pontes entre diferentes assuntos**, maior a minha capacidade de encontrar **soluções inovadoras para o meu problema/negócio**.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

- Seu trabalho não pode ser medido apenas por produtividade, a menos que você trabalhe numa linha de produção. Precisamos ser avaliados pela nossa capacidade de **criar novas soluções**.
- Profissionais que vendem a sua **mão-de-obra intelectual** não deveriam ser avaliados por horas trabalhadas, mas sim pela eficiência em **solucionar problemas, gerar valor** para o negócio, **converter e reter novos clientes, encontrar e propor novos caminhos** para o negócio que possam gerar **ganhos significativos**, tais como: **um novo público alvo**, **um novo nicho de mercado**, uma ideia para um **novo produto** ou mesmo a **melhoria de algum produto já existente**, uma nova forma de desenvolver uma atividade de forma a fazê-la **mais rápida** ou **mais barata**, etc.
- A inovação está em cada um de nós, **basta querermos**.
- “25% a 40% da criatividade está relacionada à genética” – ou seja, no pior cenário você ainda pode ser **60% criativo**.

5 ELEMENTOS FUNDAMENTAIS PARA A CRIATIVIDADE:

1. **Associação:** Quando eu associo elementos que já existem, formando algo novo e melhor do que as partes separadamente (exemplo: sanduiche);

Exemplo 1: Smartphone é uma associação de uma série de serviços, ferramentas e recursos que já existiam isoladamente, mas que puderam ser associados em único aparelho, graças a uma visão inovadora de que estes recursos poderiam coexistir em um único dispositivo, facilitando e mudando a vida das pessoas.

Exemplo 2: Ford - sua família era dona de um grande frigorífico. Vendo que lá os funcionários “desmontavam” as carcaças dos animais em etapas, Ford imaginou o que aquele mesmo processo poderia ser utilizado para montar ao invés de desmontar. Foi daí que ele teve o insight de criar a “**linha de produção**” para fabricação de carros em grande escala.

2. **Questionamento:** Sem as perguntas certas você dificilmente achará a resposta que precisa. Questionar o porquê das coisas serem como são ou estarem como estão, irá conduzir à soluções muito mais assertivas.

“Mudar a resposta é evolução. Mudar a pergunta é revolução”

Dica: Técnica dos **5 por quês!** Se você conseguir responder a 5 “por quês” sobre um determinado problema é mais provável que já esteja pronto para encontrar uma solução.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

1. **Por que** ler este conteúdo é importante para mim?: Porque preciso aprimorar rapidamente minhas habilidades em criatividade e inovação.
 2. **Por que?:** Porque a minha capacidade de ser criativo e inovador está diretamente ligada à minha empregabilidade;
 3. **Por que?:** Porque tudo está se transformando muito rápido no mundo e nos negócios, e novos problemas pedem novas soluções.
 4. **Por que?:** Porque a maneira como compramos, vendemos, comunicamos e nos relacionamos hoje é bastante diferente de alguns anos atrás.
 5. **Por que?:** Porque o avanço da tecnologia transformou a maneira como as pessoas pensam, sentem e são influenciadas no processo de tomada de decisão. Se eu não entender sobre pessoas, não entenderei sobre negócios.
3. **Observação:** Capacidade de se abster do trivial para olhar o todo despreziosamente, com calma e com a mente aberta. Algumas atividades contemplativas ajudam a aguçar a criatividade. De fontes que eu menos espero podem sair as melhores ideias.

Exemplos de Momentos “Eureka”: ler, caminhar, exercitar-se, escovar os dentes, dirigir, tomar banho, tomar café, etc. Cada um tem o seu momento “eureka”.

Exemplo 1: **Uber** - Dois casais observaram a dificuldade em conseguir pedir um taxi em uma noite congelante na cidade de Paris. Daí veio a ideia: “e se tivesse uma maneira mais fácil de pedir um táxi?” – Pouco tempo depois, a maior empresa de transporte estava criada, sem ter ao menos um carro próprio em sua frota.

Exemplo 2: **Ventilador no final da esteira** - Uma equipe de engenheiros estava “apanhando feio” para conseguir resolver o problema das embalagens na linha de produção que às vezes eram empacotadas vazias por um erro esporádico no envasamento do produto.

Entregar para o cliente uma caixa vazia poderia trazer sérios problemas para a imagem da empresa. Nada resolvia o problema e já haviam gastado muito tempo e dinheiro buscando uma solução. O faxineiro observando de longe aquela situação, se aproximou e propôs o seguinte: “*por que não colocam um ventilador no final da esteira, antes das embalagens serem empacotadas? As caixas vazias vão voar, mas as cheias não*”. Pronto, problema resolvido.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Insight: Marcelo Proust, escritor de “*Em busca do Tempo Perdido*”, disse: “**A verdadeira viagem da descoberta consiste, não em buscar novas paisagens, mas em ter novos olhos**” - Não é apenas procurar pelo diferente é enxergar de uma forma diferente aquilo que vemos todos os dias.

4. **Networking:** A importância das pessoas para as nossas vidas. Conhecer o maior número de pessoas possível, de diferentes culturas, formações e áreas de atuação, etc. Buscar aquilo que é diferente, que é complementar ao que eu sei e sou, para que eu possa fazer novas associações que me levem a soluções que eu nunca pensei por ignorar o que não sabia.

Exemplos: Cursos que congreguem profissionais de diferentes áreas de atuação, frequentar novos lugares, viajar para outras nações, estabelecer vínculos com pessoas que pensam diferente de mim, conhecer outras culturas, outras religiões, etc. Estar aberto a conversar sobre aquilo que conheço e principalmente sobre aquilo que não conheço. Interagir com outros profissionais através do linkedin e outros grupos.

5. **Experimentação:** Não tenha medo de experimentar, testar, errar, admitir que errou e tentar de novo. **TODO MUNDO ERRA! TODAS AS MARCAS DE SUCESSO JÁ ERRARAM MUITO!** Só não erra quem não faz nada e quem não faz nada, nunca alcança nada realmente grande!

Experimente tudo aquilo que você acreditar que pode te gerar algum resultado. Aprenda com os acertos e principalmente com os erros. É preciso valorizar os erros nas equipes e nas empresas ao invés de puni-los severamente. Claro que ninguém quer errar, mas o processo de inovação e desenvolvimento envolve erros, inevitavelmente.

Observe as crianças. Elas primeiro fazem para depois aprenderem se aquilo funciona ou não, se pode ou não e se é bom ou ruim. Faça e faça logo.

O fundador e CEO da Amazon, *Jeff Bezos*, disse o seguinte: “**O sucesso da Amazon depende da quantidade de testes que fazemos todos os dias. Mais de 50% deles dão errado. Portanto não se frustre pelos erros, mas também não perca muito tempo comemorando os acertos. Quanto mais fizer, mais resultados alcançará.**”

Resumindo: Faça! Deu errado, refaça. Deu certo, faça de novo.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Pense nisso: É por saber lidar de uma forma diferente com os erros que o Chile possui um índice de Inovação quase 10x superior ao do Brasil, mesmo o brasileiro sendo um povo altamente criativo.

COMO PENSAM AS MENTES INOVADORAS?

“Insanidade é fazer as mesmas coisas esperando alcançar resultados diferentes.” – Albert Einstein

“Nosso cérebro é o melhor brinquedo já criado: nele encontram-se todos os segredos, inclusive o da felicidade.” – Charles Chaplin

“As pessoas não sabem o que querem de verdade até que você mostre a elas” – Steve Jobs

“Nossa maior fraqueza está em desistir. O caminho mais certo de vencer é tentar mais de uma vez.” – Thomas Edison

“É melhor agir rápido demais do que esperar tempo demais” – Jack Welch

“Para ser um bom líder, você não precisa saber todas as respostas. Basta fazer as perguntas certas. Ter pessoas melhores do que você no time. Servir e empoderar os outros.” – Barack Obama.

O PROCESSO DA INOVAÇÃO

“Tudo o que você chama de “vida” foi criado por alguém não mais inteligente do que você” – Steve Jobs

- Precisamos da **Criatividade** para alcançar a **Inovação**. A Inovação contribui diretamente com a **competitividade**, buscando agregar ao produto/negócio alguma **diferenciação**, capaz de gerar **valor** por mudar o comportamento das pessoas ou a maneira como elas consomem determinado produto ou serviço.
- Na Nova Economia que estamos conhecendo, praticamente não existem mais produtos ou serviços que não possuam concorrentes capazes de entregar o mesmo resultado com qualidade, preço e experiência muito similares. É como se o mundo estivesse passando por um grande processo generalizado de “comoditização”, ficando cada vez mais desafiador para as empresas conseguirem criar novas marcas de sucesso que se destaquem por algum diferencial relevante para o público-alvo.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

- Outro aspecto da Nova Economia é que o poder de definir o sucesso de uma marca não está mais nas mãos dos fabricantes, mas sim dos consumidores. São eles quem ditam “o que querem”, “como querem”, “quando” e “onde”.
- A inovação é o melhor caminho para a criação de diferenciais competitivos que possam oferecer às marcas alguma vantagem sobre seus concorrentes, ainda que por tempo limitado, até que outros a copiem.
- Quando a inovação é capaz de gerar algo novo, não apenas no aspecto físico e prático do produto, mas no seu valor para o consumidor, criando um significado que estabeleça uma ligação emocional entre a marca e as pessoas que a reconhecem, daí então temos uma marca de sucesso que dependerá menos do produto em si e mais da criatividade em comunicar seus valores.

Exemplo: As motos da Harley Davidson não são as melhores motos da categoria, tecnicamente falando. Contudo seus clientes são fiéis a ela e fortes “advogados da marca”, mesmo tendo motos que vibram muito, são barulhentas e com manutenções caras. Mas os consumidores de Harley não a escolhem apenas pela qualidade das motocicletas e sim pelos **ideais** que a marca acredita, defende e comunica.

Chega ser próximo de uma experiência religiosa. Até oração própria eles já têm.

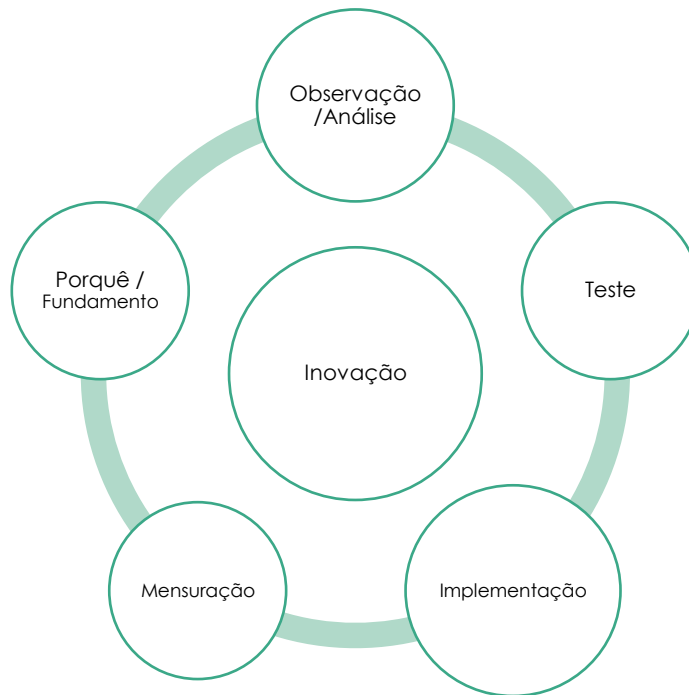
Veja abaixo:



“**Produtos** são feitos em fábricas, **Marcas** são fabricadas nas mentes e corações das pessoas.” – Inovação é quando quando a marca consegue conquistar um endereço fixo na mente e coração dos seus consumidores.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Para alcançar a Inovação é preciso cumprir etapas importantes deste processo:



- **Observar** o comportamento, necessidades e dores do meu público-alvo;
- **Testar** hipóteses de como atender melhor as necessidades deste público;
- **Implementar** as Ideias com os melhores indicadores de sucesso;
- **Mensurar** o resultado obtido com cada uma delas;
- **Entender** o porquê daquilo que deu certo e também do que deu errado;
- **Repetir** todo o processo incessantemente;

Quanto mais pessoas dentro e fora do meu time conseguirem participar do processo de inovação, maior e mais variada será a geração de **hipóteses/ideias** para serem testadas.

Depois de selecionadas as melhores ideias e testadas, seleciona-se novamente aquelas que tiveram os **melhores resultados** nos testes para serem implementadas como **INOVAÇÕES** na forma de **NOVOS PRODUTOS, NOVOS SERVIÇOS, NOVAS CANAIS, NOVOS PROCESSOS**, etc.

A **mensuração** dos resultados obtidos continua. Periodicamente são analisados os **KPIs** mais importantes para o negócio e o processo se repete novamente, sempre buscando entregar algo novo para o mercado, capaz de atrair e reter o maior número de clientes.

O funil da inovação

O longo caminho que uma ideia percorre até ser incorporada ao engenho de busca do Google



FONTE GOOGLE

Para melhorar a sua ferramenta de ranking, a equipe do Google gerou primeiro 118.812 ideias, das coisas foram filtradas 10.391 para serem testadas antes de se tornarem uma novidade para o público. Destas 7.018 evoluíram para serem avaliadas por usuários de verdade e efetivamente chegou-se a 655 mudanças efetivas para tornar o algoritmo do Google melhor.

É claro que não precisamos de “118mil ideias” para chegar a uma proposta inovadora. O Google é uma das maiores empresas do mundo. Mas o mesmo funil de inovação pode ser utilizado por um único profissional, por um time, por um pequeno ou médio empreendedor, por um grupo de amigos com um forte desejo de criar um negócio de sucesso, etc.

Toda inovação se propõe a resolver um problema. Porém nem sempre se tem a real concepção sobre “qual é o problema”, sua origem e extensão. Por isso existem ferramentas muito eficientes que ajudam no processo de **identificação do problema**, aprofundamento das **causas e consequências**, **geração de ideias**, **seleção das ideias viáveis** e finalmente as **ações que serão implementadas**.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

Dentre estas ferramentas uma das que mais se destacam por sua eficiência e facilidade de ser implementada em grupos de trabalho e empresas de qualquer tamanho é o **Desing Thinking** e sua metodologia do **diamante duplo**.

3 FUNDAMENTOS DO DESING THINKING:

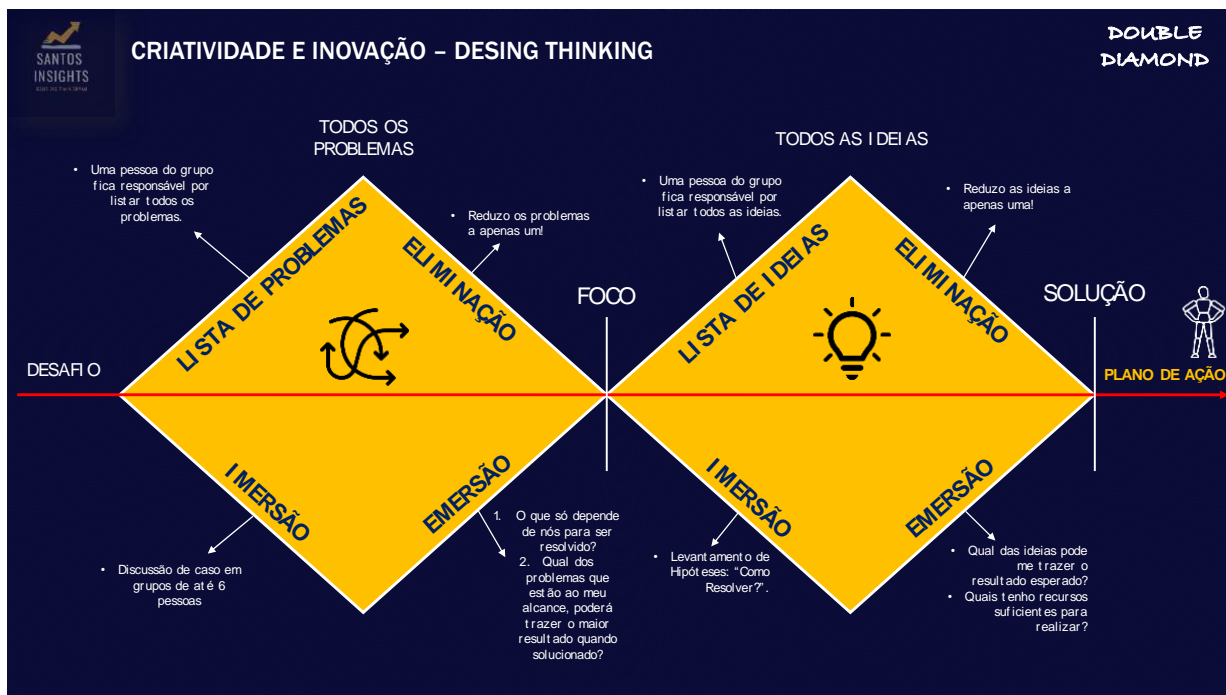
1. **Empatia:** Falar aquilo que as pessoas querem ouvir. Observar, Conhecer e Entender as necessidades e desejos do seu público. “Qual é o problema?”;
2. **Colaboração:** Divergir para Convergir. Grupo de pessoas com perfis, experiência e estilos distintos para que possam divergir sobre os problemas e opiniões com a participação de todos os integrantes, até que cheguem numa proposta conjunta de solução.
3. **Experimentação Contínua:** Teste Rápido, Erre Rápido, Aprenda Rápido e repita o processo incessantemente.

O **Desing Thinking** é uma excelente ferramenta para **resolução de problemas**.

COMO FUNCIONA O DESING THINKING NA PRÁTICA

A palavra “Desing” quase sempre está associada à forma. No contexto das ideias, o desing thinking trabalha na padronização do modelo de como as ideias podem ser trabalhadas de maneira que consigam evoluir da abstração para algo mais concreto.

MODELO DE DESING THINKING



Etapas:

1. Defino qual é o desafio?;
2. Listo todos os problemas envolvidos neste desafio;
3. Elimino os problemas menos impactantes para aquilo que preciso melhorar;
4. Defino qual é o problema a ser solucionado;
5. Listo todas as ideias para solucionar o problema principal;
6. Elimino as ideias com menores chances de implementação e sucesso;
7. Chego na proposta de solução para o problema
8. Parto para ação e teste daquela solução proposta

MODELOS DE INOVAÇÃO: FECHADA E ABERTA

O processo de Inovação dentro das empresas pode ocorrer de duas formas, uma **Aberta** e outra **Fechada**.

- **Inovação Fechada** é quando todo o processo ocorre dentro da empresa. Ideias, testes e implementação contam apenas com o time e recursos internos. Ferramentas como Desing Thinking, reuniões de brainstorming e criação de um ambiente favorável para

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

a colaboração entre áreas e equipes, podem ser práticas no processo de inovação fechada.

- **Inovação Aberta** é quando são convidadas outras pessoas ou empresas de fora da organização para participar do processo de inovação. Os testes também podem ocorrer dentro e fora da empresa.

Exemplo: A Ambev precisava desenvolver novas estratégias para aumentar a sua participação e interação com seus clientes no marketing digital. Levou o seu desafio até uma universidade referência em marketing digital e propôs expor o desafio para uma nova turma do curso de Design Thinking. As melhores propostas desenvolvidas pelos grupos foram avaliadas pela própria Ambev e o grupo vencedor premiado e reconhecido pelo desenvolvimento daquela solução para o problema da Ambev.

Cooperação entre empresas: Também é um tipo de Inovação Aberta. Exemplo: Grupos de RHs de diferentes empresas e segmentos se aproximaram num processo de colaboração mútua durante o período da pandemia de Covid-19 em 2020, uma vez em que todos estavam passando por desafios similares e inéditos para todas as corporações. O que estimulou esta aproximação foi a necessidade comum a todas as empresas em inovarem a maneira como seus times teriam que trabalhar dentro das novas regras e limitações impostas pela pandemia.

De onde vem as boas ideias?

Assista ao vídeo abaixo:



As vezes o que temos é parte de uma grande ideia e o que precisamos é achar a outra parte que está faltando. Ou seja, outra pessoa que tenha a parte da ideia ou do conhecimento que falta para somar com a nossa.

Criatividade e Inovação – O Caminho para a Superação

A internet e a fácil conectividade entre diferentes pessoas do mundo todo, é uma grande aceleradora deste processo. Por isso hoje podemos evoluir muito rápido da **informação** para a **inovação**, quer dizer, podemos transformar as nossas ideias em realidade de uma forma muito mais fácil e rápida.

Há 30 anos levávamos muito mais tempo para adquirir o conhecimento necessário para consolidar uma ideia. Porém hoje podemos encontrá-lo ou alguém que o tenha em poucos minutos, dependendo muito mais da nossa **atitude** de abandonar a **inércia** e transformar a criatividade, a informação e o grande insight em **algo novo**, transformador e que agregue valor para sociedade, ao negócio e aos clientes etc.

“O grande mal de hoje não é a ignorância, mas a INÉRCIA!”

Se você pode fazer e não faz, outra pessoa fará. O preguiçoso chama de “sorte” o esforço que ele não faz”.

Muito Sucesso e que 2021 seja o melhor ano da sua vida, tanto pessoal quanto profissional.



Vinicius Dias dos Santos

Formação: Bacharel em Administração de Empresas e Marketing. Especializações em Gestão de Negócios (ESPM), MBA em Marketing, Branding e Growth (PUC), Neurociências Aplicadas ao Consumo (ESPM), Gestão de Equipes de Alta Performance (ESPM), Life and Professional Coaching (SBC), Marketing Digital (DH), Técnicas de Negociação (FGV) e Gerência de Produtos (FGV). Experiência: 12 anos de atuação na indústria farmacêutica com passagens nas áreas: comercial, marketing e treinamento. Paixões: Marketing, Vendas, Pessoas, Inovação, Tecnologia, Família, Música, Arquitetura, Velocidade, Viagens e Tênis.

Se desejar conversar sobre este ou outros assuntos, deixar seu comentário ou contribuição para enriquecer ainda mais este material, por favor entre em contato comigo.

Seu **insight** é muito importante para mim e pode ser para outras pessoas também.



11 98722-0408

www.santosinsights.com.br