

Por Mudanças que Transformem Negócios em Resultados

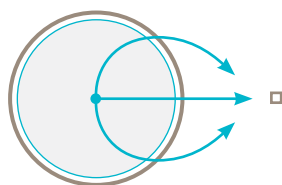
César Queiroz¹

Crise gera mudança. E, ultimamente, temos visto inúmeras mudanças em vários segmentos e indústrias. Em geral, mudanças que chamamos **DE DENTRO PRA FORA** e que geram também resultados de dentro pra fora como margens extremamente reduzidas.

A crise de 2016 é uma crise de credibilidade. Uma maior intervenção econômica unida a um assistencialismo não planejado culminando na destruição da Petrobrás e em uma ganância sem fim. Contas públicas desajustadas, PIB reduzido (talvez o menor desde Collor) e a falta generalizada de confiança entre o empresariado. E empresário que tem medo não investe. Aí, pronto, o cenário está montado.

As empresas iniciaram, rapidamente, uma série de reações ao contexto econômico. E em clima de alvoroço, observamos como principais mudanças o ajuste de processos, a redução de custos e a expansão de canais de venda.

Afinal, é tempo de crise e temos que sobreviver. E como o mercado "lá fora" está muito instável, surge a necessidade de se mexer nos processos e reduzir custos. Uma visão **DE DENTRO PRA FORA**, que na melhor das hipóteses tem mantido margens extremamente apertadas e, em muitos casos, gerado prejuízos.

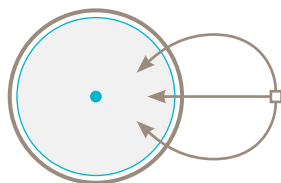


MUDANÇA DE DENTRO PRA FORA

¹ Bacharel em Publicidade e Propaganda e especialista em Gestão Estratégica da Informação. Estrategista de marca na 2DA. Email: cesar@2da.com.br

E se mudarmos a direção dessas mudanças e, ao invés de olhar para o próprio umbigo, olharmos para “fora”?

Nós acreditamos no olhar **DE FORA PRA DENTRO**.



MUDANÇA DE FORA PRA DENTRO

Para isso, precisamos analisar três importantes aspectos externos:

O que está mudando na forma de comprar?

Pense numa **Uber**, numa **AirBnB** e no **Google**. A compra local e o contato direto com produtores ganham força. Os serviços estão na palma de nossa mão. Estamos vivendo uma convergência digital e física.

O que está mudando na forma de viver?

Pense em seus avós, seus pais e em você. Estamos buscando uma volta às origens, carregamos a casa na mochila, um modo de viver baseado na comunidade está ressurgindo e o trabalho passa a ser um estilo de vida.

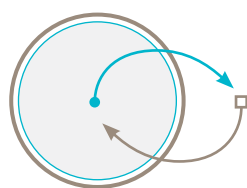
O que está mudando na forma de se ver e enxergar o mundo?

Pense no que você acredita como ideal, em suas crenças, em como você enxerga os conceitos de beleza, saúde, corpo, sucesso, família, propósito, trabalho, religião.

E a resposta por trás é simples.



As crenças direcionam uma nova maneira de viver que, por sua vez, direciona o que e como consumir. Assim, mudar de fora pra dentro é alinhar as mudanças internas às mudanças que estamos vendo à nossa volta. Isso pode significar uma nova proposta de valor, a transformação de um modelo de negócio ou uma nova experiência de consumo. E o melhor, pode gerar resultados em como somos vistos lá fora: diferenciação no mercado, liderança no segmento ou indústria, e aumento de *share*.



MUDANÇA DE FORA PRA DENTRO
E DE DENTRO PRA FORA

Analisando as características mais marcantes das empresas que continuam crescendo na crise - grande relevância e significado para os clientes, grande diferenciação frente ao padrão do mercado, equipes que acreditam, compram a briga e entregam a experiência - defendemos um modelo de mudança misto, unindo a visão **DE FORA PRA DENTRO** com a visão **DE DENTRO PRA FORA**, para vencer os desafios da crise. E quanto menos paredes impondo um "dentro" e um "fora", mais os clientes se tornarão parte ativa da construção do modelo de negócio e mais as mudanças passarão a ser orgânicas; assim como os resultados.
