

Jogue ideias fora

em www.hsm.com.br



“O pensamento de design pode reduzir o investimento inicial em um projeto, se comparado à abordagem tradicional”, afirma Alexander Osterwalder.

Alexander Osterwalder

“Em 10 minutos, vocês escreverão, num post it, o modelo de negócios da empresa do colega ao lado” – esse foi um dos desafios lançados por Alexander Osterwalder no Fórum HSM Inovação & Competitividade 2013. Fundador do Business Model Design, ele estava disposto a provocar mudança no modo como olhamos os negócios.

Por esse motivo, ateou fogo a um business plan em pleno palco. Ele justificou: “Experimentar e fracassar é parte da inovação, e isso é o oposto da ideia de plano de negócios, que pressupõe que o futuro possa ser projetado e não leva em conta os erros”, esclareceu.

Em iniciativas novas, o pensamento de design funciona melhor do que o plano, pois prevê prototipagem e testes. Houvesse feito testes, a Nestlé não teria desperdiçado dinheiro com o negócio Nespresso, que fracassou em seus primórdios, quando os vendedores de máquinas de café não estavam dispostos a trabalhar o produto.

“É preciso prototipar muitos modelos de negócios e jogar fora ideias, para poder ter novas ideias e escolher. Por isso, o protótipo tem de ser barato.” A partir daí, melhora-se a ideia e começa-se a traçar a tela do modelo de negócios, que é a proposta de Osterwalder para que se pense o todo do negócio.

A tela esquematiza como se gera valor para o cliente e se obtém receita. É organizada em nove blocos: proposta de valor, segmentos, relação com clientes, canais, parceiros, fluxos de receitas, infraestrutura, atividades-chave e estrutura de custos.

Após vários exercícios, ao final da apresentação, o público do fórum estava apto a desenhar um modelo de negócios até mesmo num guardanapo.