



CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding

CULTURA DE INOVAÇÃO A PARTIR DO DESIGN

por MARCOS BATISTA

CULTURA DE INOVAÇÃO A PARTIR DO DESIGN



CULTURA DE INOVAÇÃO A PARTIR DO DESIGN.

Como pensamos o mundo, sob o ponto de vista do design?

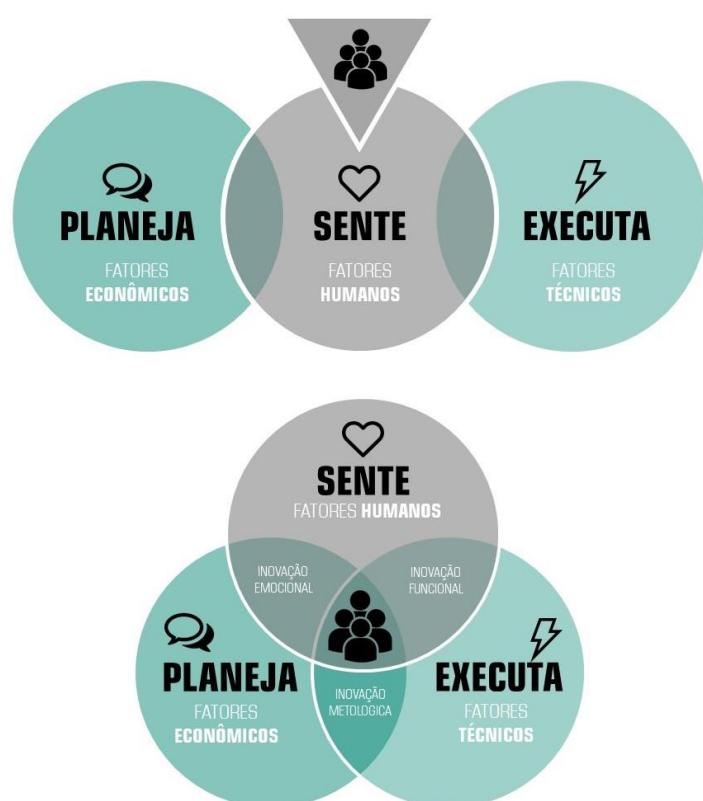
Quando falamos de design, estamos falando da importância de inserir uma cultura inovadora na sua organização que conecta pessoas aos negócios.

E como iniciar essa cultura, fazendo com que ela faça parte no dia-a-dia da sua empresa?

Estabeleça conexões entre os departamentos que pensam e os que fazem. O design pode ser o elo entre a inteligência e planejamento com a operação e execução, colocando o usuário no centro do desafio, e por meio da empatia levar em conta fatores humanos, nossos desejos e nossa imperfeição, conecta-los com mais afeto. Essa cultura do design mescla de forma fluída as intenções dos nossos CEO's com o conhecimento e a experiência dos funcionários e usuários.

A partir desse alinhamento as evidências sobre os problemas e oportunidades ficam mais visíveis, e assim conseguimos administrar melhor a cultura organizacional existente em torno do nosso propósito e das nossas promessas afetivas e de utilidades, e por meio da autenticidade desse processo atrainemos nossos colaboradores para mais perto dos nossos valores e causa.

Observar as pessoas utilizando serviços e compreender o que se passa em suas mentes é uma tarefa muito complexa, o design de serviços busca o vazio, o afeto, isso significa entender algo que seja importante que tenha um significado pessoal na mente e na vida das pessoas. A utilização de um serviço não se materializa da mesma maneira que o uso de um produto, assim não podemos entendê-las e registrá-las como tal.



As atitudes dos colaboradores e funcionários podem criar ou destruir seu negócio, como fazer com que todos caminhem na mesma direção e como liderar os elementos críticos da vida organizacional e se posicionar perante ao mundo VUCA (Vulnerável, Imprevisível, Complexo e Ambíguo)?

Os desafios são gigantes, pois não vivemos apenas uma "era de mudanças", estamos vivenciando uma "mudança de era". Vivemos uma era de acelerações em que as empresas têm que se transformar, precisamos de líderes que fazem as transformações acontecerem e devemos provocar uma mudança cultural nas organizações.

"A cultura devora a estratégia no café da manhã". Peter Drucker,

Em uma organização, cultura não é apenas representada pela missão, visão e valores que estão adesivados nas paredes, mas prioritariamente pelos comportamentos e atitudes praticados por seus líderes no dia a dia. A cultura organizacional explora o lado humano de uma organização, contemplando práticas, símbolos, valores, comportamentos, hábitos, políticas, crenças e rituais adotados, que tem como principal finalidade direcionar o comportamento das pessoas e suas atividades.

Primeiro: entenda a diferença de estratégia e cultura.

A ESTRATÉGIA oferece uma lógica formal para as metas da empresa e orienta as pessoas em torno delas.

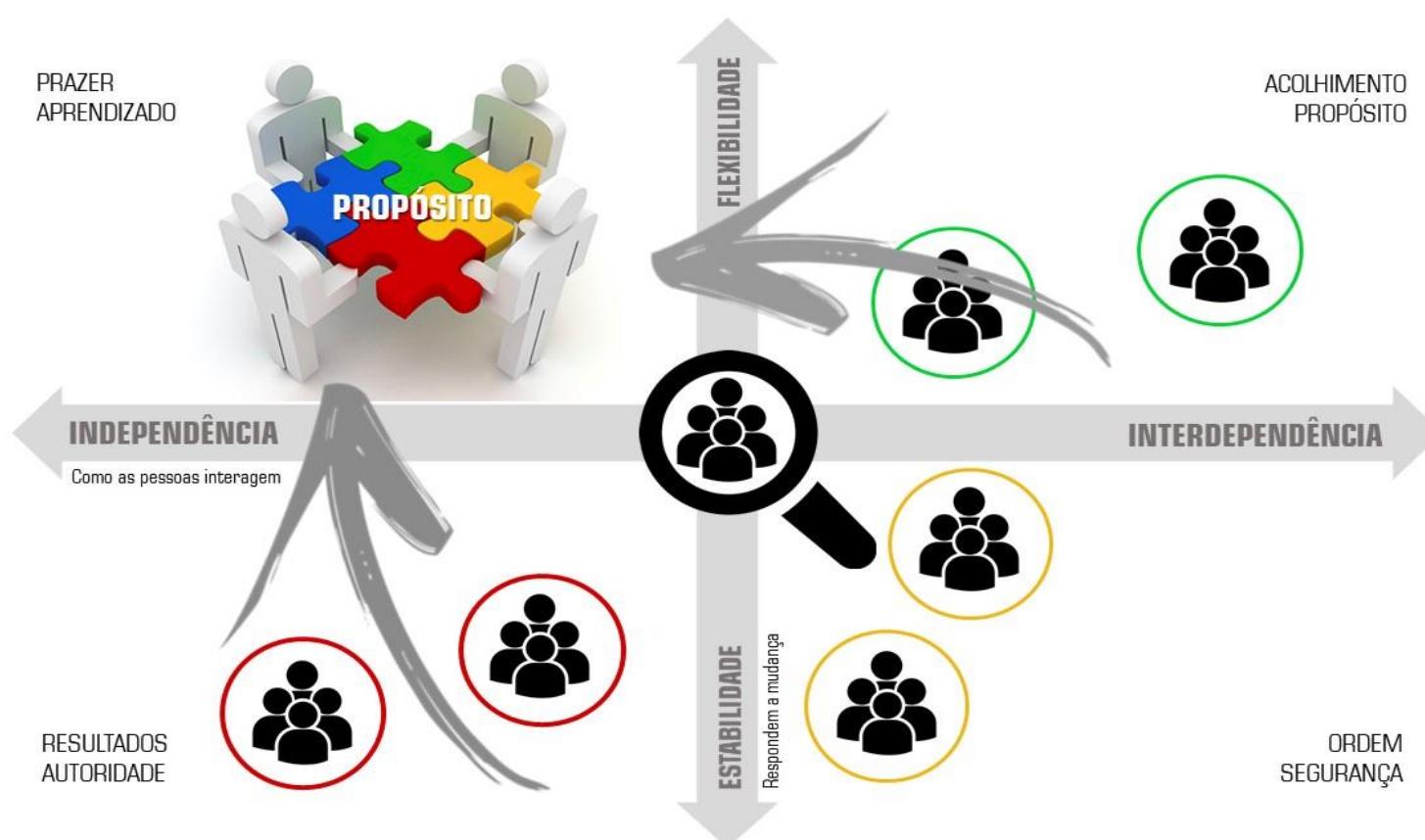
A CULTURA expressa metas por meio de valores e crenças e guia a atividade por meio de premissas e normas compartilhadas pelo grupo. A cultura molda as atitudes e os comportamentos e vocês precisam pensar como sua organização funciona atualmente. Para entender a cultura atual da empresa é preciso determinar onde ele se situa entre esses dois eixos. Comece perguntando sobre **qual é o perfil cultural da sua organização**:

- O que é valorizado, como as pessoas se comportam e o que as une?
- Onde elas se situam referente ao estilo de cultura, ou seja como as pessoas interagem entre elas, são independentes ou interdependentes?
- Como as pessoas respondem a mudança, preferem a estabilidade ou a flexibilidade?

Outro ponto importante é entender as declarações do líder, os executivos e fundadores expressam sentimentos que fornecem pistas importantes de como conduzem a organização e cultura organizacional. O estilo de cultura se apresenta por diversas características como apresentadas na figura acima, são elas: de acolhimento, por propósito, de aprendizado, por prazer, de resultados, por autoridade, de segurança ou de ordem.

Por meio da cultura do design thinking podemos alinhar a realidade a dinâmica social da sua empresa, entendendo sobre quais características ela se apoia, modelando o impacto da cultura em seu negócio e avaliando seu alinhamento com a estratégia, isso estimula o PROPÓSITO COMUM, quanto mais convergente mais os valores são percebidos e relevantes.

Suas metas estão alinhadas com a direção estratégica? Uma boa meta deve ser específica e atingível se não ela pode criar ambiguidade e levar escolhas inconsistentes.





INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Ressignifique sua marca, produtos e serviços, esse é o momento! Entre em contato.



Baixe nossos e-books dos projetos executados e artigos, estão disponíveis no site.



Consulte e contrate também nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos de discussão, no whatsapp, instagram e linkedin.



PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS



CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding



criategia.com.br



felipe@ffdesignstudio.com.br
marcos@marcosbatista.com.br



55 11 98303-0605 (Felipe)
55 11 98434-9717 (Marcos)

MARCOS BATISTA

Designer, professor e um mensageiro da inovação, que busca incessantemente a mudança na mentalidade de pessoas e organizações. Especialista convidado do programa INOVA360 na Record News, colunista da Revista Empreenda e mentor de diversas startups. Eleito e homenageado personalidade líder em inovação do prêmio ABC da comunicação 2019. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços, ganhador de diversos prêmios de design. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances. Idealizador de cursos de MBA e professor da be.academy, IMT e IEL.



[studiomarcosbatista](https://www.instagram.com/studiomarcosbatista)

PRÊMIOS

