

Você é um bom estrategista? Onde a sua Empresa costuma “surfar” atualmente, no HAWAII ou na praia do flamengo?

Saiba o que é colocar a sua Empresa em “Prontidão Competitiva”!

De vez em quando é legal a gente dar uma “paradinha” para contemplar o horizonte, entender o que vem por aí e promover as ações e reações pertinentes. Todos nós estamos à procura de “ondas grandes”, ou seja, aquelas que estamos preparados para enfrentar e conquistar as Oportunidades de Negócios latentes.

Bem, alguns de vocês poderiam pensar: “Ele quer dizer os Oceanos Azuis”! Não, existe uma diferença: o Oceano Azul é um cenário de alto volume de Oportunidades de Negócios ainda sem muitos concorrentes para compartilhar as conquistas. A “onda grande” pode acontecer em oceanos de qualquer cor! Você só precisa saber a hora que ela vai passar.

Ei amigo! Podemos falar português? Rsrrsrs. Claro. Vamos lá. Todo mundo se lembra da Análise Estratégica? Ou SWOT? Então, a ideia é saber a Postura Estratégica que a Empresa resolve adotar para cada negócio, esse o grande segredo! Simples assim.

Vamos lembrar-nos das Posturas Estratégicas: Desenvolvimento (oportunidades e forças), Crescimento (oportunidades e fraquezas), Manutenção (ameaças e forças) e sobrevivência (ameaças e fraquezas).

Cada uma das Posturas Estratégicas pode representar uma “altura de onda”:
Desenvolvimento = grande, Crescimento = média, Manutenção = pequena, Sobrevivência = calmaria).

Já entenderam? O objetivo é sempre “surfar” nas ondas grandes (muitas oportunidades e pouca concorrência) a fim de capitalizar valor sem despendar muitos recursos. Nesse tipo de onda você conquista a maior participação no mercado rapidamente (muita atração e captação de consumidores), porque está preparado para isso, isto é, tem uma Proposta de Valor competitiva, pode desenvolver Experiências de Consumo singulares e memoráveis e tem uma Cadeia de Valor de alto desempenho alinhada a ambas. Esse tipo de onda pode ser muito bom porque nem todo mundo sabe que ela vem e / ou não está preparado para enfrentá-la, sendo assim, quem estiver de “prontidão” pode se dar bem.

A Postura Estratégica de Crescimento está associada ao tamanho de onda “médio” (um pouco menos oportunidades e um pouco mais de concorrência). Este tipo de onda surge a partir da mudança de requisitos por parte dos consumidores e / ou pelo aumento da curva de experiência da concorrência. Neste caso, a participação de mercado é mais distribuída (média captação e retenção de consumidores) em função da Proposta de Valor não ser mais inédita e mais suscetível a imitações e das Experiências de Consumo ser bem parecidas.

Este tipo de onda também é bom embora a empresa obtenha taxas decrescentes de capitalização de oportunidades de negócios. Apesar de essas ondas aparecerem com mais frequência que as grandes já se apresentam com menos força, sugerindo um alerta “amarelo” para toda a empresa.

O tipo de onda “pequena” está associado à Postura Estratégica de Manutenção (oportunidades derivadas de clientes antigos e concorrência mais competitiva). Este tipo de onda tem lugar quando a Proposta de Valor começa a ficar desalinhada com as Experiências de Vida pertinentes e / ou quando a concorrência aumenta ou possui uma Proposta de Valor mais competitiva. Em termos de Experiências de Consumo percebemos que ficam cada vez mais previsíveis reduzindo o interesse por parte dos consumidores.

Neste caso, a participação de mercado começa a cair (menor retenção e maior participação no orçamento dos consumidores) e a empresa precisa disparar o sinal “vermelho”.

Por último, apresentamos a Postura Estratégica de “sobrevivência” (raras oportunidades com clientes antigos e muita concorrência) que está associada ao tipo de onda “calmaria”. Isso acontece quando a Proposta de Valor está completamente vencida e a concorrência ainda é ameaçadora em qualidade e quantidade. A participação no mercado não é representativa e a empresa deve envidar esforços para se retirar antes que sua saída saia muito cara (menor fidelização e grande deserção).

Conclusão

A grande “sacada” é a empresa disparar o sinal de “PRONTIDÃO COMPETITIVA”, isto é, **ela precisa criar uma carteira com vários Modelos de Negócios (Oportunidades de Negócio, Proposta de Valor, Experiência de Consumo e Cadeia de Valor)** e acionar cada um à medida que o negócio atual trocar para postura de Crescimento. A ideia é sempre explorar o potencial da postura de desenvolvimento, atraindo e captando novos clientes e aumentando a participação de mercado.

Chamamos esse processo contínuo de criação de novos Modelos de Negócios que só vão “surfear” em grandes ondas, de “Metabolismo Estratégico” em função do seu ciclo de transformação desde onda grande, média, pequena e calmaria.

Quanto mais tarde for a decisão de surfar somente as ondas grandes, ou até mesmo em ondas médias desde que seja por pouquíssimo tempo, maior será o risco da empresa não resistir a resultados ruins.

Então? Sua empresa já está em PRONTIDÃO COMPETITIVA? Em quais tipos de onda ela está surfando?

Luiz Alberto Marques

Business Designer

LIVRE Business Design