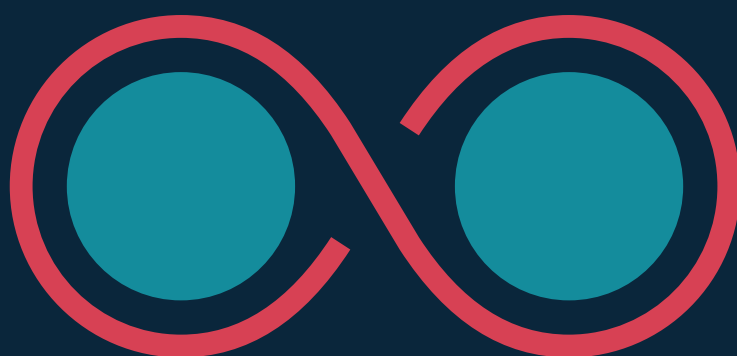


IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.



ARTIGO

O DESAFIO DE ANTECIPAR-SE AO CONSUMIDOR

Madrid, 17 de setembro de 2019

As cabeças pensantes deste artigo adoram histórias de heróis e vilões. Não sei se é em razão da nossa paixão compartilhada por quadrinhos ou porque crescemos assistindo aos “filmes” do Super-Homem, mas é uma realidade.

Gostamos especialmente do momento em que o malvado de plantão está a um passo de tornar realidade seu plano maligno, até que, quase como um passe de mágica, surge a figura firme e segura de nosso herói salvador. Um herói tranquilo e paciente que enfrenta com um meio sorriso uma situação que ele já visualizou anteriormente mil e uma vezes e para a qual, como consequência, está mais do que preparado.

Não sei qual seria sua escolha, mas como amantes e profissionais da estratégia e da superação dos desafios empresariais, temos certeza de que, **se algum dia pudéssemos escolher um grande poder, este sem dúvida seria o da antecipação.** Nem super força, nem visão de raio-x, nem voar... o poder da antecipação.

Com esse poder, poderíamos agir como Lex Luthor e nos diferenciarmos constantemente, introduzindo experiências que vão além de serviços e produtos e antecipam uma nova necessidade: a de viver e contar histórias.

Poderíamos fazer como a Netflix e desenvolver novos modelos de negócios muito mais eficientes e escaláveis, com os quais poderíamos adiantar necessidades impensáveis há alguns anos, como a de desfrutar uma série ou filme a qualquer hora e em qualquer lugar.

“Se algum dia pudéssemos escolher um grande poder, este sem dúvida seria o da antecipação”

Poderíamos, inclusive, até aprender com o poder da Zara, a Sacerdotisa da Chama Rubra, e projetar rapidamente novos produtos com os quais seríamos capazes de prever modas e tendências para estar sempre atualizados, como nunca antes foi possível.

Imagina, o poder da antecipação. Podemos tornar esse sonho realidade?



A ANTECIPAÇÃO: UM PODER NECESSÁRIO PARA UM CAMPO DE BATALHA EM CONSTANTE MUDANÇA

Não escapa a ninguém que **vivemos em uma era de mudanças extraordinárias**, porque extraordinário é o alto impacto e a grande velocidade com que essas mudanças têm ocorrido.

- **Mudanças no mercado**, com o surgimento global de novos concorrentes e modelos de negócios cada vez mais globais e eficiência exponencial.
- **Mudanças na situação**, com a súbita variação das regras do jogo, tanto no mercado quanto na legislação.
- **Mudanças nas comunidades de clientes e consumidores**, que, se não são fiéis a algo, variam e adaptam seu comportamento em tempo recorde.

“Vivemos em uma era de mudanças extraordinárias, porque extraordinário é o alto impacto e a grande velocidade com que essas mudanças têm ocorrido”

Querer lutar com sucesso neste campo de batalha é um grande desafio. Um desafio que só poderemos superar com o desenvolvimento de novas competências e habilidades e **o impulso de um tipo de organização capaz de evoluir, inovar e diferenciar-se rapidamente.**

Um tipo de organização que combine as vantagens da empresa tradicional, fortemente capacitada para manter e fazer crescer um negócio, com a de **uma empresa que evolui, inova e se diferencia constantemente e em tempo recorde.** Um tipo de organização que, hoje, já é possível promover **sem alterar as regras, estrutura e processos da atual**, minimizando a resistência a mudanças e falhas antes de iniciar.

Mas, acima de tudo, um tipo de organização que, agora mais do que nunca, deve endossar esse grande poder que representa **antecipar-se e, especialmente, antecipar-se aos desafios de suas comunidades de clientes e consumidores.**

NÃO ADIANTAR-SE, NEM ESPERAR. ANTECIPAR-SE ÀS NECESSIDADES DO CONSUMIDOR

Em 24 de maio de 2019, a SpaceX completou, com sucesso, a implantação dos primeiros 60 satélites Starlink, o serviço com o qual Elon Musk deseja superar o desafio de oferecer Internet de alta velocidade em qualquer parte do mundo.

Ele não é o primeiro a tentar, mas é quem tem mais chances de conseguir, já que **Musk está conseguindo antecipar-se ao que outros, como só a Iridium pôde adiantar-se.** A Iridium, uma rede de comunicações por voz via satélite, iniciou sua atividade em 1998 para falir, financeiramente, menos de um ano depois.

As dificuldades tecnológicas da época e os altos custos do lançamento em órbita dos satélites nada mais eram do que o prenúncio de um fracasso que passava por oferecer ligações a US\$ 7 por minuto aos seus clientes, a partir de terminais específicos de mais de US\$ 3.500.

Mas a verdadeira origem do rápido final da empresa veio muito antes, justamente quando a Iridium adiantou, sem antecipar-se, supostas **necessidades de alguns consumidores que nunca existiram** e nunca chegaram. Como consequência, podemos pensar que uma posição mais conservadora é sempre a adequada.



Tão dramático e perigoso quanto isso, é **criar propostas olhando para uma bola de cristal** e colocando em prática suas habilidades adivinhatórias, assumindo **uma posição passivo-reativa** diante dos riscos e oportunidades diretamente do ambiente. Especialmente porque é muito possível que, quando queiramos reagir, outras pessoas já tenham ocupado o nosso lugar.

Na luta pela tão desejada **hiper-relevância**, triunfarão aqueles que colocam em **foco as necessidades de seus consumidores e que simulam e antecipam rapidamente as mudanças** no mercado, na situação e nos comportamentos desses consumidores.

Mas,

- Em que consiste realmente antecipar-se aos desafios de nossos consumidores?
- Como podemos impulsionar uma organização para que ela seja capaz de antecipar-se, efetivamente, sem que isso influencie negativamente em sua estrutura e processos atuais?

CINCO CHAVES PARA UMA ORGANIZAÇÃO QUE SE ANTECIPA COM SUCESSO

Antecipar-se aos desafios de nossos consumidores é ser capaz de preparar-se antecipadamente às mudanças de seu comportamento e necessidades.

Antecipar-se é projetar e testar, com o menor investimento em termos de tempo e dinheiro, propostas capazes de satisfazer essas necessidades futuras, com base ou derivadas daquelas já existentes.

Se, como organização, queremos maximizar nossas possibilidades de anteciparmos com sucesso, essas são as cinco chaves que devemos colocar em prática.

Antecipação constante

Só conseguiremos ser hiper-relevantes liderando a mudança por meio da superação de desafios de forma constante.

E para isso é fundamental:

- **Observar e registrar informações relevantes do mercado, situação e consumidores** de maneira concreta, fundamentada e alinhada com a estratégia geral da organização: gatilhos de mudança, preocupações que queremos resolver e aspectos que gostaríamos de alcançar.

Antecipação ágil

Difícilmente poderemos antecipar com êxito se não tivermos a capacidade de enfrentar desafios, minimizando o investimento em tempo e dinheiro. Algo que não é viável dentro da estrutura e processos da empresa tradicional e para o qual é necessário:

- **Habilitar um território especial** no qual, de forma temporal, equipes autônomas e autogerenciadas disponham de tempo e das regras necessárias para poderem antecipar-se com a velocidade e a eficiência que o campo de batalha em que temos que lutar exige.

Antecipação colaborativa

A era em que o brilhantismo de alguns poucos era o único caminho possível para obter propostas bem-sucedidas deu lugar à democratização da criatividade e à força da inteligência coletiva e colaborativa.

Se queremos otimizar a eficiência da busca de propostas com as quais antecipar os desafios colocados, devemos:

- **Criar equipes temporárias e não hierarquizadas para este território especial, compostas por pessoas de diferentes áreas** da organização que, em conjunto, contam com a motivação, as competências e as habilidades necessárias.
- **Estabelecer uma linguagem simples, acessível e comum** que lhes permita colaborar, porque somente com um desafio e uma linguagem comum seremos capazes de criar os comportamentos e a cultura necessários para nos anteciparmos.

Antecipação sistemática e não preditiva

Antecipar-se representa um processo que pode e deve ser atacado de forma sistemática,

deixando de lado a previsão ou apenas uma ideia feliz.

Um processo simples e fundamentado, apoiado por ferramentas poderosas que nos permitam ampliar o conhecimento de todas as áreas da organização.

Somente assim seremos capazes de:

- **Avaliar e decidir cada passo a dar a partir de informações mensuráveis, tangíveis e reais.**

Antecipação Focada

Podemos fazer todas as simulações e experimentos que consideremos apropriados, mas nunca devemos perder de vista o fato de que as propostas resultantes devem, inexoravelmente, atender às necessidades de uma comunidade de consumidores ou clientes. Para isso, devemos:

- **Projetar e testar propostas que atendam as necessidades de um consumidor ou comunidade específica de clientes,** aproveitando ao máximo nossas principais competências, habilidades e recursos.

UMA VIAGEM CHEIA DE DESAFIOS

Conhecer as chaves para antecipar-se com sucesso é um passo importante para enfrentar os desafios de seus consumidores. Porém, ainda mais importante é **ter uma organização motivada e preparada para isso.**

Para isto, não há nada tão poderoso como **iniciar agora e de forma colaborativa a busca e a definição de novos desafios,** em torno dos quais nossa organização possa se transformar em uma tribo e uma comunidade real e, assim, gerar o espaço para superar esses desafios com agilidade.

Só então chegará o dia em que, como os heróis das histórias em quadrinhos, sua empresa terá segurança e firmeza quando um desafio surgir.

Só então, calmo e paciente, entre um meio sorriso, sua empresa saberá que está onde já sabia que poderia estar.

E acredite em nós, isso não acontece por mágica.

AUTORES



David González Natal. Diretor Sênior da Área de Consumer Engagement. Graduado em Jornalismo pela Escola Complutense de Madri e Global Chief Communications Officer (CCO) pela ESADE. Trabalhou em meios de comunicação como El Mundo e Cadeia Ser, além de fazer parte do departamento de imprensa do Círculo de Belas Artes de Madri. Antes de liderar a área de Consumer Engagement na LLYC, foi responsável, durante sete anos, pelas campanhas nacionais de comunicação para marcas como Heineken, Red Bull, Movistar e Rum Barceló, a partir de seu cargo como Coordenador Chefe na Agência Actúa Comunicação. Como líder global da área, coordena oito mercados na LLYC (Espanha, Portugal, Colômbia, Argentina, México, Peru, Brasil e Panamá), tendo dirigido projetos emblemáticos para Campofrío, Coca-Cola, Telefónica, Gonvarri, Bezoya e Sacyr. Entre os mais de 50 prêmios obtidos por seus projetos está um Leão de Cannes, dois Soles, inúmeros Gold Stevie Awards e vários Communicator Awards, SABRE Awards, Mercury Awards e Eikon Awards. Natal é professor de Storytelling no Mestrado em Comunicação Corporativa na Universidade Carlos III e no Global CCO da ESADE. Também leciona no Mestrado na área de Visual and Digital Media na IE Business School e no Mestrado em Comunicação Digital na Universidade de Cantábria.



Daniel Vecino. Daniel Vecino. Especialista em estratégia ágil, inovação, modelos de negócio e neuromarketing. Criador e autor do best-seller “El Plan del Héroe” e do famoso modelo de negócio “The Fighting Company”. Fundador da Wakigami, uma empresa que impulsiona a evolução, inovação e diferenciação ágil de organizações de todo o mundo, facilitando a superação constante dos desafios do negócio. Até 2019, 6 empresas fundadas em setores tão diversos como da tecnologia e mobile payment, estratégia, marketing e comunicação. Mais de 400 eventos como divulgador ao longo da sua carreira profissional.

MANAGEMENT TEAM

José Antonio Llorente
Founding Partner and Chairman
jalloriente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero
Partner and CEO Americas
aromero@llorenteycuenca.com

Enrique González
Partner and CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Partner and Chief Strategy and
Innovation Officer
acorujo@llorenteycuenca.com

Nazaret Izquierdo
Chief Talent Officer
nizquiero@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña
Director, Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo
Director, Technology
dfernandez@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Partner and Controller
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonietta Mendoza de López
Vice President, Advocacy LatAm
amendozalopez@llorenteycuenca.com

SPAIN AND PORTUGAL

Arturo Pinedo
Partner and Managing Director
apinedo@llorenteycuenca.com

Luisa García
Partner and Managing Director
lgarcia@llorenteycuenca.com

Barcelona

María CURA
Partner and Managing Director
mcura@llorenteycuenca.com

Óscar Iniesta
Partner and Senior Director
oiniesta@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Partner and Vicepresident,
Public Affairs
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Partner and Senior Director,
Sport and Business Strategy
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino
Partner and Senior Director,
Digital
ipino@llorenteycuenca.com

David G. Natal
Senior Director,
Consumer Engagement
dgonzaleznl@llorenteycuenca.com

Paco Hevia
Senior Director,
Corporate Communication
phevia@llorenteycuenca.com

Jorge López Zafra
Senior Director,
Financial Communication
jlopez@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Lisbon

Tiago Vidal
Partner and Managing Director
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

UNITED STATES

Erich de la Fuente
Partner and Chairman
edela Fuente@llorenteycuenca.com

Mike Fernandez
CEO
mikefernandez@llorenteycuenca.com

Miami

Claudia Gioia
SVP Americas,
Business Development
cgioia@llorenteycuenca.com

600 Brickell Avenue
Suite 2020
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

New York City

Gerard Guiu
Director, International Business
Development
gguiu@llorenteycuenca.com

3 Columbus Circle
9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

NORTH REGION

Javier Rosado
Partner and Regional Managing
Director
jrosado@llorenteycuenca.com

Mexico City

Juan Arteaga
Managing Director
jartega@llorenteycuenca.com

Rogelio Blanco
Managing Director
rblanco@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14, Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Panama City

Manuel Domínguez
Managing Director
mdominguez@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Managing Director
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702
Tel. +1 809 6161975

San Jose

Pablo Duncan - Lynch
Partner and Director
CLC Comunicación | Afiliada LLYC
pduncan@clcglobal.cr

Del Banco General 350 metros oeste
Trejos Montealegre, Escazú
San José
Tel. +506 228 93240

ANDEAN REGION

Luis Miguel Peña
Partner and Regional Managing
Director
lmpena@llorenteycuenca.com

Bogota

María Esteve
Partner and Managing Director
mesteve@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Luis Miguel Peña
lmpena@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Carlos Llanos
Managing Director
cllanos@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

SOUTH REGION

Juan Carlos Gozzer
Partner and Regional Managing
Director
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Sao Paulo y Rio de Janeiro

Cleber Martins
Partner and Managing Director
clebermartins@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390

Ladeira da Glória, 26
Estúdios 244 e 246 - Glória
Rio de Janeiro - RJ
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Mariano Vila
Managing Director
mvila@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Francisco Aylwin
Chairman
faylwin@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801
Las Condes
Tel. +56 22 207 32 00



IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS é o Departamento de Liderança através do Conhecimento da LLYC.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

IDEAS LLYC é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preta ou branca existe IDEAS LLYC.

llorentycuenca.com
www.revista-uno.com.br