



03// La innovación como herramienta anticrisis

Cada vez más, las empresas para competir en el mercado, usan las herramientas más sofisticadas. Muchas veces invertimos importantes sumas de dinero en tecnologías de la información y comunicación (TIC's) creyendo que solucionarán casi todos nuestros problemas. Es decir, compramos un software incluso antes de tener claro cuales son los problemas a solucionar. Normalmente adaptamos nuestra operativa a la del nuevo y flamante software. Cuando realmente debería ser al revés. Todo esto sucede porque se nos olvida, en gran parte de ocasiones, usar una gran herramienta muy útil y gratuita: nuestro cerebro.

Nuestro cerebro nos ayuda a realizar una de las gestiones más importantes en el escenario empresarial actual: pensar.

Pero ¿cómo se traduce el ejercicio de pensar en el ámbito de la empresa?

Tenemos claro que cualquier empresa de éxito, está basada en una idea de éxito. Es decir, gracias a que alguien pensó en el pasado, pudo tener una idea innovadora. Esta idea fruto del pensamiento, se materializó en un producto o servicio de valor para una clientela objetivo. La empresa creció, obtuvo clientes satisfechos y fieles, los mantuvo y poco a poco se consolidó como empresa.



¿Es esto suficiente o quizás esto es un proceso sin fin?

Desde mi punto de vista, creo que debemos tener en cuenta que nuestra empresa es un “organismo vivo” y que está para ofrecer productos y servicios de valor a empresas clientes que normalmente, están inmersas en cambios constantes y por esto, nosotros no podemos parar de pensar en innovar dentro de nuestra área de negocio “core business”.

Debemos tener claro que nuestro trabajo no solo consiste en entrar cada día en la rutina del día a día y dar soluciones “apaga fuegos” a los problemas sino que además debemos dedicar tiempo para pensar.

¿Por qué debemos dedicar a esto varias horas a la semana a pensar?

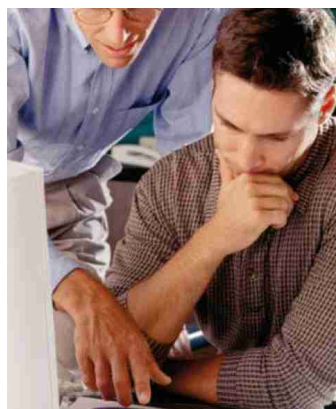


¿Qué beneficios podemos obtener?

Básicamente cuando uno sale de la rutina, apaga por unos momentos el móvil y se predispone a pensar en positivo, surgen ideas. Estas se pueden enfocar a cómo ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes claves, cómo mejorar los procesos de un determinado aspecto de la empresa, cómo innovar en un servicio determinado, como atacar a un nicho de mercado que no estaba identificado, cómo abordar un proyecto de forma innovadora, etc... todo esto se traduce en gran parte de las veces en ahorro de costes y rentabilidad. En la empresa “el pensar” es un trabajo muy duro que debe ser tenido muy en cuenta.

Otro punto que no debemos olvidar es el hacer ver desde dentro del seno de la empresa la importancia de generar ideas. Cada día nos cruzamos en el despacho, almacén, etc con muchas personas y compañeros que seguro tienen muchas ideas de mejora. Solo hay que saber “sacarlas de su materia gris”. Por eso es muy importante implantar en las empresas la cultura de pensar y de generar ideas. No olvide que su empresa surgió de eso precisamente, de una buena IDEA.

Para acabar, es deo algunas cuestiones para que les ayuden a pensar:



La mejor manera de retener a los clientes es pensar todo el tiempo en cómo darles más por menos. - Kotler

¿Crees que es importante dedicar tiempo a la semana a pensar?

¿Incentivas en tu empresa la generación de ideas?

¿Preguntas a tus compañeros, empleados y clientes sobre posibles soluciones para un problema?

¿Crees que la innovación es clave para el éxito de tu empresa?

Si las respuestas a las preguntas anteriores son afirmativas, te traslado otra cuestión que le haría el admirable Peter Drucker...

“¿Y que vas a hacer al respecto?”.

Les invito a la acción!