

Três lições em inovação de empresas bem-sucedidas



Globalmente, 58% de todas as interações com clientes ocorrem digitalmente, de acordo com a McKinsey.¹ Depende da sua empresa disponibilizar serviços digitais à medida que a demanda cresce.

Sim, você está pronto para se adaptar aos novos requisitos. Mas considere as implicações das mudanças em seus negócios e processos. Tenha estas lições em mente de empresas que usaram diferentes abordagens durante tempos de mudança.

Netflix
Google
Apple



Perfil
Netflix

Saiba o que seus clientes querem

"Netflix" é algo tão difundido que é usado até como verbo. As pessoas amam as recomendações personalizadas de filmes e programas de televisão da Netflix, que são possíveis devido à sua coleta de dados e análise. Embora insights de dados em tempo real sejam responsáveis por muitas das decisões da inteligência de negócio da Netflix, isso não estava disponível para a ex-concorrente Blockbuster. Durante a ascensão da Internet, a Blockbuster superestimou o valor da experiência na loja e não buscou desenvolver oportunidades voltadas para a Internet até muito mais tarde.



Perfil

Netflix

Dê aos clientes o que eles estão pedindo

Às vezes, o que os clientes valorizam é diferente daquilo que as empresas esperam. Conforme a Netflix eventualmente descobriu, as pessoas amam a conveniência de alugar filmes sem precisar tirar o pijama. A Netflix criou um modelo de negócio com base naquilo que seus clientes queriam, não naquilo que achava que os clientes queriam.

Não tenha medo de reinventar o negócio se ele não atender mais a seus clientes

Atualmente, todos são consumidores e os consumidores não estão apenas buscando experiências sem fricções. Eles querem algo que seja recompensador. Isso significa ir além e exceder as expectativas, até mesmo repensar como você entrega os seus serviços ou o que você vende. Isso é algo que a Blockbuster deveria ter considerado antes, mas, em vez disso, foi muito lenta para reagir.

Tire proveito das oportunidades para oferecer personalização

60% dos consumidores estão prontos para se tornarem compradores recorrentes após receberem uma experiência personalizada.² Ter informações ou produtos errados nas ofertas é frustrante para todos, então, veja o exemplo da Netflix e personalize as suas interações digitais.

Fique de olho nas tendências do setor e como a concorrência está reagindo

Esteja disposto a se tornar sua própria concorrência. Em dado momento, a Netflix era um serviço de aluguel de DVD por correio. Mas quando percebeu que o mercado de streaming de vídeo iria desestabilizar seu modelo de negócio, a Netflix fez algo que sua concorrência não fez: tornou-se o serviço de streaming contra o qual estava tentando se proteger. Mantenha-se familiarizado com as tendências e tecnologias modernas para que não seja pego de surpresa pelas mudanças de expectativas dos consumidores.



Perfil
Google

Não se esqueça do que tornou sua empresa bem-sucedida

Quando você busca algo on-line, você “coloca no google” a informação. Isso porque o Google é o mecanismo de busca nº 1 no mundo. Mas esse não era o caso nos anos 90, quando inúmeras empresas de busca concorriam pelo título. O Google tornou a otimização de seu algoritmo uma prioridade principal para os negócios, enquanto seus concorrentes focaram em outras coisas, como na aquisição de startups da Internet, esperando se tornar tudo para todas as pessoas. Isso desviou a atenção da funcionalidade de busca, que era o principal motivo para os clientes usarem aqueles outros sites.



Perfil

Google

Descubra por que os clientes realmente escolhem a sua empresa e foque nesses pontos fortes

O Google reconheceu o potencial de entregar resultados de busca altamente precisos e muito rapidamente e fez desse esforço a base de sua estratégia de negócio. A decisão, no final das contas, levou a mais sucesso. Se o Google tivesse perdido a visão do que o tornou bem-sucedido a princípio, poderia nunca ter se tornado o que é atualmente.

Escute o feedback de clientes e funcionários

Os clientes e os funcionários são o fator vital de sua organização, sendo assim, leve suas preocupações a sério. Sempre é bom ouvir um feedback positivo, mas o feedback negativo pode ser igualmente construtivo. Se as outras empresas tivessem entendido onde seus clientes observavam atrito, essa história poderia ter tido um resultado diferente. Deixe os insights serem fontes de informação para sua tomada de decisão, exatamente como o Google fez.

Mostre que sua empresa se preocupa, sendo ética e transparente de cima para baixo

A confiança é extremamente importante nas relações com os clientes e as pessoas gostam de fazer negócios com empresas que praticam a transparência. Quando uma empresa permitiu que os sites pagassem por uma classificação de busca mais alta, as pessoas passaram a acreditar que a precisão dos resultados tinha sido comprometida. O Google respondeu classificando os resultados pelo valor que elas fornecem.

Torne a solução de problemas críticos para os clientes sua principal prioridade

Ao longo dos anos, o Google adicionou melhorias na funcionalidade de busca, como eliminar conteúdo inútil dos resultados e desenvolver a Busca universal. Embora todos nós já estejamos acostumados com isso atualmente, foi um ajuste aparentemente pequeno que economizou milhares de horas do tempo das pessoas. E isso foi feito porque o Google prioriza a solução de problemas dos clientes como um objetivo central dos negócios.



Perfil
Apple

Crie uma cultura na qual os funcionários se sentem respeitados

Ao pensar na Apple, você, provavelmente, pensa em inovação (e iPhones). Isso porque a Apple se permitiu crescer por meio de desafios. Em contraste, silos organizacionais podem fazer os funcionários sentirem que não são ouvidos. Quando sua cultura é colaborativa e aberta, você consegue fazer mais e as pessoas querem comprar mais de você. Esse é o primeiro passo para uma excelente experiência do cliente.



Perfil

Apple

Seja transparente com os funcionários e os clientes

A transparência tem a ver com mais do que criar uma afinidade com os clientes e os funcionários. Quando uma empresa é autêntica, ela é melhor para brainstorming e colaboração. As empresas que não praticam a transparência podem ficar presas às suas maneiras e lentas para mudar. Elas também têm dificuldades em comunicação.

Abrace os desafios como parte da mudança

A jornada de transformação digital de nenhuma empresa é perfeita e nem você deveria esperar que fosse. Quando você lida com qualquer tipo de mudança, principalmente algo que afeta todo o seu negócio, às vezes, pode parecer que você está dando dois passos para frente e três passos para trás. Mas o mais importante é saber que, se você persistir, será bem-sucedido.

Mostre aos funcionários como seu trabalho impacta o cliente

As pessoas se sentem mais engajadas quando veem os resultados duramente conquistados de seus esforços. Mostrar aos seus funcionários como o trabalho deles traz mudança positiva para o mundo pode ser uma ferramenta poderosa. Considere a equipe central de engenheiros da Apple. Eles sabiam que o iPhone seria uma invenção que mudaria o mundo, o que os inspirou durante seu desenvolvimento.

Veja as possibilidades em novas ideias

Nem sempre a Apple acerta na mosca, mas isso não evitou que ela se tornasse uma das empresas mais bem-sucedidas do mundo. Ela vê os erros como parte do processo criativo. Reserve tempo para os funcionários explorarem suas ideias com segurança.

Toda empresa bem-sucedida enfrenta desafios

Algumas têm dificuldade para aceitar mudanças e outras se adaptam prontamente à nova concorrência, modelos de negócios e tecnologia. A única questão é se a sua está pronta para os novos desafios apresentados por uma transformação digital autêntica e como reage a eles.

Enquanto você prepara seu negócio para o próximo estágio, é necessário considerar como deixar sua equipe feliz, até mesmo extasiada, com as mudanças em andamento.

Leia nossas [Dicas de gerenciamento de mudanças para o transformador digital](#) e entenda como orientar da melhor maneira a sua equipe no processo transição da jornada digital.

1 McKinsey & Co., "How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever" Oct. 2020

2 Twilio, The State of Customer Engagement Report, 2021

Sobre a DocuSign

A DocuSign ajuda as organizações a se conectarem e automatizarem a forma como preparam, assinam, atuam sobre e gerenciam contratos. Como parte do DocuSign Agreement Cloud, a DocuSign oferece a assinatura eletrônica: a melhor maneira do mundo de assinar eletronicamente em praticamente qualquer dispositivo, de praticamente qualquer lugar e a qualquer momento. Atualmente, mais de 1 milhão de clientes e 1 bilhão de usuários em mais de 180 países usam o DocuSign Agreement Cloud para acelerar o processo de negociações e simplificar a vida das pessoas.

Para mais informações

contato@docusign.com
+5511 3330-1000
docusign.com.br

© DocuSign Inc. 2022

DocuSign®