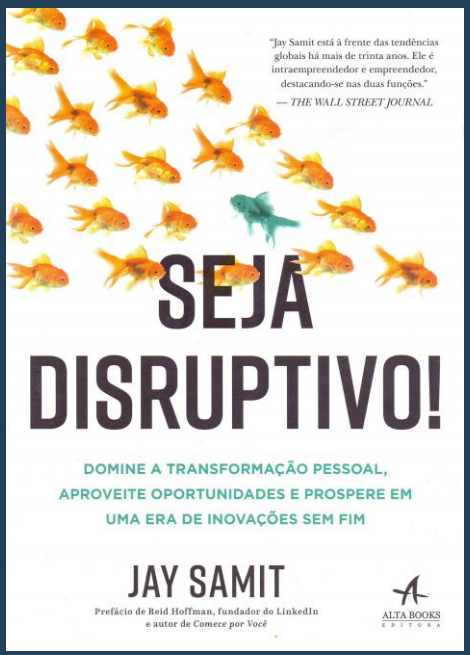

Seja Disruptivo!

Seja Disruptivo!
Ano de publicação: 2019
Autor: Jay Samit
304 páginas
Link para compra: https://amzn.to/2NsM4i7

"*Disrupt You*!" (título original) traz conselhos essenciais a pessoas que têm grandes ideias, mas não sabem como executá-las. O livro explica como planejar estratégias é importante para o desenvolvimento profissional, pessoal e de empresas.
A obra conta com experiências e visões do consagrado autor líder em inovações tecnológicas Jay Samit. Ele busca revelar os mecanismos da disrupção para aqueles que têm receio de se adaptar a mudanças.
Achou interessante? Boas novas: o livro foi traduzido e publicado no Brasil este ano pela Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli, sob o título "Seja Disruptivo!" e conta com 304 páginas.

Avaliação geral

9

9 Aplicabilidade
10 Inspiração
9 Inovação
9 Impacto no resultado
9 Estrutura

Principais ideias do livro

- O que você precisa fazer para tornar-se disruptivo;
- O planejamento é essencial para causar a disrupção;
- As grandes companhias se importam mais com o status quo e menos com as mudanças do mercado (e por que isso é uma vulnerabilidade);
- Por que algumas ideias originais fracassam e algumas ideias inspiradas em outras fazem sucesso;
- Como ser disruptivo no elo de Vendas e Marketing;
- Ser disruptivo coletivamente dá o poder às pessoas de transformar o mundo.

Esse livro é indicado para quem?

O autor deste livro, Jay Samit, indica este livro para todos que desejam grandes ideias para promover a disrupção no *status quo*. E, de fato, é disso que o livro se trata.

Visão geral do livro

Overview: Torne-se disruptivo

A disrupção caminha junto com a inovação, mas Jay Samit explica a diferença entre as duas coisas. Inovar busca melhorar o desenvolvimento de um produto existente, aplicando nele novas ideias para aprimorá-lo. A disrupção vai um pouco além disso.

O processo disruptivo quase sempre acontece devido a uma mudança tecnológica. Ele muda a forma como o mundo funciona e como a gente pensa. Uma ideia disruptiva geralmente desencadeia vários outros eventos disruptivos.

O autor exemplifica o Laserdisc como uma ideia inovativa, porém não disruptiva. A criação do Laserdisc trouxe para o mercado um produto muito menos frágil e com mais qualidade que um videocassete.

Entretanto, o VHS mudou a maneira como a gente assiste à TV; enquanto o Laserdisc apenas se inseriu no mesmo mercado que o videocassete, trazendo mais aprimoramentos.

E não foi à toa que essa ideia não deu certo. “A verdadeira disrupção altera para sempre um mercado ou um sistema.” Ela deve ter uma ação transformadora, criando um novo mercado.

Para se tornar disruptivo, você deve começar por si mesmo:

> *Nenhum obstáculo é tão grande que uma pessoa com determinação não faça a diferença.*

- Remova de você todos os empecilhos que te impedem de progredir na vida;
- Saia da sua zona de conforto;
- Permita-se ser uma metamorfose ambulante.

“A mente é tudo. O que você pensa, você se torna.”

A arte de ser disruptivo está atrelada à habilidade de extrair uma oportunidade em cada obstáculo. Não é sobre o que acontece com você, mas como você reage a esses acontecimentos.

É importante que haja um planejamento em ser disruptivo. Construir este estado de espírito demanda refletir como você pensa sobre suas conquistas, desejos e inspirações, dentro da sua carreira e fora dela.

Como já disse Alan Lakein em "How to Get Control of Your Time and Your Life" (Como Ter o Controle de seu Tempo e sua Vida, tradução livre), “deixar de planejar é planejar para fracassar.”

Tenha em mente que o tempo não para. A vida é curta demais para não se arriscar e viver das expectativas dos outros. Samit recomenda que você trabalhe de trás pra frente com cada prazo e desenvolva prazos graduais.

“A diferença entre pessoas de sucesso e as malsucedidas é que as bem-sucedidas sabem que a coisa mais inútil a ser produzida são as desculpas.”

Overview: Como persuadir sua empresa a comprar suas ideias disruptivas

Samit diz que você precisa reconhecer quem você é no mundo dos negócios: você é um disruptivo ou um “dinossauro”?

Ele diz que as companhias estão tão interessadas com a concorrência que esquecem das companhias disruptivas que podem emergir. E mais triste: elas estão tão focadas em ser mais eficientes no que elas fazem que acabam criando uma resistência às mudanças no mercado.

"O mundo dos negócios está cheio dos fósseis das empresas que não conseguiram evoluir. Cause a disrupção ou sofra-a. Não há meio termo."

A cultura do mercado se baseia no processo seguro. As empresas preferem ter mais gastos fazendo uma coisa em que eles são boas, ou adquirindo startups, do que expandir os horizontes de seus potenciais. Para os investidores disruptivos, isso é uma enorme vantagem.
Se você trabalha em uma companhia que não se permite adaptar às mudanças, Samit te revela que o segredo para causar a disrupção é conseguir o que você quer, fazendo o que eles acham que eles querem.
Convença-os da sua ideia disruptiva como se fosse só mais uma da mesma. Para ser disruptivo, você precisa ser persuasivo.
Quando você achar que tem uma grande ideia, você deve analisá-la criticamente. Procure pelos pontos fracos para achar um jeito de eliminar as suas vulnerabilidades. Dessa forma, o mercado não será capaz de destruí-la.

"Mate sua grande ideia. Se você consegue encontrar um problema que irá deturpá-la, o mercado fará o mesmo."

Samit afirma que você pode fazer o que você quiser, desde que tenha alguém disposto a pagar por isso.
E é claro, transformar o mercado é uma super-habilidade que exige cautela. Para lidar com a turbulência, você deve sempre fazer pequenos ajustes da sua ideia e não se perder do seu destino.

"Testar, verificar e ajustar é a única maneira de não se desviar do curso. Dados não têm ego, e isso os transforma no copiloto perfeito."

Você pode se desapontar às vezes, mas também deve aceitar a verdade (para fazer melhor).

Overview: Reutilize, readapte, recrie

Existe muita gente que gasta muito tempo e dinheiro rodando em círculos sem ideia do que está fazendo. Uma ideia disruptiva não precisa ser a criação de algo que antes não existia. Como dito, a disrupção está aqui pra mudar o pensamento do mercado.

"Os disruptivos não precisam descobrir algo novo; só precisam descobrir um uso prático para novas descobertas."

Jay Samit correlaciona seu ponto de vista com uma marca de massinha de modelar. A Silly Putty se aproveitou de uma pesquisa e desenvolvimento de outros e lucrou bastante lançando um brinquedo que poderia assumir qualquer forma que você quisesse.

"A disrupção pode ser uma consequência da reutilização, readaptação e reciclagem da P&D dos outros para chegar a novos produtos, em categorias nunca imaginadas por seus criadores."

Porém você deve estar atento: a globalização e a facilidade de acesso à informação dificultam a proteção dos direitos sobre investimentos em propriedade intelectual, afirma o autor.
O pirateamento de produtos pode ser mais frequente agora, com a revolução da impressora 3D. Ele ainda prevê que isso pode impactar na forma que as leis protegem os direitos autorais e os segredos comerciais dentro de uma década.
E complementa que aqueles que se prendem ao status quo ficarão ultrapassados. Enquanto "aqueles que reconhecem a inevitabilidade das mudanças serão os que mais se beneficiarão."

Overview: Disrupção no marketing e vendas

"A essência de todas as vendas e marketing: crie demanda, mesmo que falte lógica."

O autor afirma que para causar a disrupção do elo de vendas não é necessário criar uma nova campanha publicitária, ou um produto totalmente diferente e inovador. Executar a venda sob uma abordagem diferente pode ser uma ideia disruptiva em potencial.
Como isso pode ser feito? O ato disruptivo pode atacar o elo de vendas através de novas estratégias de vendas, o que pode envolver:

- preço;
- conteúdo;
- canais de comunicação;
- novos modelos de negócio.

"A diferenciação do modelo de vendas pode ser tão poderosa quanto a diferenciação do produto em si."

Jay Samit ainda afirma que para ser disruptivo, você deve se importar com o que seus consumidores e colaboradores pensam e sentem com relação à sua marca, através de propagandas e interação com o público.

Overview: Ser disruptivo na Era da Coletividade

O autor diz que a colaboração coletiva está mudando as ideias, o acesso à informação e a economia. E afirma que isso é, na verdade, "a disrupção final, porque, de um jeito bastante zen, o conteúdo é controlado por todos e por ninguém ao mesmo tempo."
A coletividade que a internet causa gera infinitas possibilidades de capturar valor e revolucionar as áreas empresariais. Tal revolução pode gerar mais disrupções, assim como mais oportunidades.
A disrupção, por sua vez, vai além de produtos, negócios e tecnologia. Com o poder coletivo, ela pode influenciar países, na educação e até regimes políticos.

"Para cada um de nós, o verdadeiro desafio é determinar onde podemos causar o maior impacto."

Colaborar coletivamente pode desencadear um novo poder disruptivo. Somar talentos, capital e iniciativas é uma ação poderosa que, se usada sabiamente, pode resolver os problemas que a humanidade tem enfrentado atualmente.
A verdade é que a disrupção pode transformar o cenário de todos os setores. Inclusive, solucionar questões sociais, escassez de recursos como a água e até o aquecimento global. Para isso acontecer, basta que cada um de nós canalize as energias e a iniciativa para onde deseja fazer a diferença.

O que outros autores dizem a respeito?

No livro "Sonho Grande", Cristiane Correa complementa a ideia do planejamento estratégico pessoal e ressalta a importância de manter um processo de melhoria contínua para alcançar seus objetivos.
O autor Daniel Goleman, do livro "Inteligência Emocional", esclarece que o QI contribui apenas com 20% para o seu sucesso na vida. O resto é resultado da inteligência emocional, o que inclui fatores como a capacidade de se motivar, a persistência, controle de impulsos, regulação do humor, empatia e esperança.
Já no campo da persuasão, o livro "Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas" traz uma série de ensinamentos sobre como se destacar nas relações pessoais. O autor Dale Carnegie defende a importância de obter a confiança das pessoas para, assim, convencê-las de suas ideias.

Certo, mas como eu posso aplicar isso na minha vida?

Fala pra gente: agora que você sabe a importância das suas ideias e o quão essencial você é para fazer a diferença no mundo, vamos pôr em prática?

- Organize-se: coloque seus desejos e prazos no papel (Jay Samit separa um capítulo inteiro para falar do Mapa do Disruptivo);
- Promova sua marca: fale com o público, procure pessoas que podem comprar sua grande ideia;
- Saia da sua zona de conforto;
- Adquira a habilidade de se adaptar às mudanças externas e procure evoluir internamente com elas;
- Refine seu poder de persuasão e convença os outros a investirem na sua ideia;
- Use seu poder de transformar o mundo para o bem.

Se você gostou desse livro, aproveite para conhecer nosso acervo completo com centenas de Pocketbooks dos maiores sucessos nas áreas de gestão, marketing e vendas, liderança, estratégia, desenvolvimento pessoal e empreendedorismo!

Clique e acesse agora: www.pocketbook4you.com

O conteúdo apresentado acima traduz a visão e análise crítica da nossa equipe de redatores, respeitando os fundamentos de propriedade intelectual no Brasil (artigo 8, inciso I). Nenhuma parte do livro está sendo copiada. São conteúdos únicos e exclusivos, sempre dando créditos aos autores e indicando o link para aquisição da obra completa. A PocketBook4You respeita o código de direitos autorais de acordo com o estabelecido na legislação brasileira, Lei 9.610/98. Este conteúdo é de propriedade exclusiva da PocketBook4You e está protegido pela Lei de Direitos Autorais em seus artigos 46, I, (a) e em seu artigo 47, isso porque não se trata de reprodução e também não lhe implicam qualquer descrédito, pelo contrário, o direito moral é protegido e, como ressaltado anteriormente, o leitor recebe um link para adquirir a obra. É proibida a reprodução deste material sem a autorização da empresa.