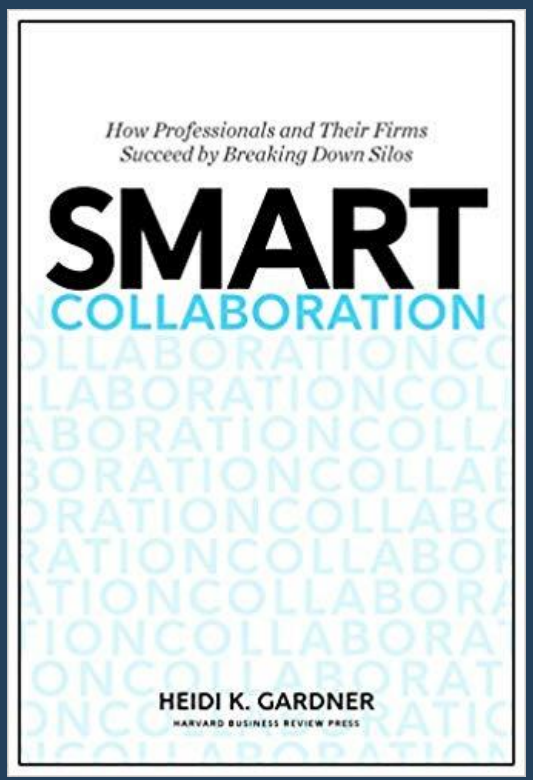

Smart Collaboration

Smart Collaboration: How Professionals and Their Firms Succeed by Breaking Down Silos
Ano de publicação: 2017
Autor: Heidi K. Gardner
272 páginas
Link para compra: https://amzn.to/2Hkd8wA

"Smart Collaboration" ("Colaboração Inteligente") é uma obra escrita por Heidi K. Gardner com intenção de mostrar como profissionais podem alavancar o sucesso de seus negócios.
O livro traz estudos de caso e exemplificações relacionados ao mundo real. Além disso, traz cases de sucesso e apresenta o método de como fazer uma colaboração dar certo e ser eficiente.
Lançado em 2017 pela Harvard Business Review Press, "Smart Collaboration" conta com 8 capítulos e foi considerado best-seller pela Washington Post.

Avaliação geral

9

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

Principais ideias do livro

- Explicar os valores e estratégia de uma colaboração inteligente;
- Como atrair e lidar com os millennials no ambiente de trabalho;
- Por que você não deveria ser um especialista solo;
- Como um líder poderia implementar a colaboração inteligente no seu negócio;
- Como um cliente enxerga e espera o que uma firma possa lhe fornecer.

Esse livro é indicado para quem?

O conteúdo do livro é ideal para diretores executivos, empresários e especialistas em negócios.

Além disso, é indicado também para toda pessoa interessada na área colaborativa ou para você que deseja se tornar um grande líder.

Visão geral do livro

Introdução

Uma colaboração inteligente se refere mais aos meios de um propósito do que ao propósito em si. Ela evidencia a capacidade individual de cada membro e a sua habilidade de entregar um produto de qualidade.
Além disso, analisa como estes membros podem atuar em grupo para entregar um projeto inovador, lidando com problemas densos e complexos.
Uma colaboração inteligente não é sobre você fornecer mais produtos para o cliente; e sim fornecer novos tipos de produtos e de qualidade.
Mas estimular o trabalho em equipe não é fácil nem barato. Por isso, o líder da empresa tem o compromisso de apresentar os benefícios de uma colaboração de forma específica e concreta. Logo, terá resultados mais consistentes e sucesso profissional de cada indivíduo de seu time.

Uma colaboração inteligente se refere mais aos meios de um propósito do que ao propósito em si. Ela evidencia a capacidade individual de cada membro e a sua habilidade de entregar um produto de qualidade.

O caso de negócio de uma colaboração

Neste capítulo, a autora foca no que os líderes de empresas pensam sobre os desafios de suas firmas: melhorar o processo de sua firma e, como consequência, gerar melhores resultados.
Heidi afirma que uma colaboração é um fator significativo benéfico tanto para o lado financeiro quanto para os associados da empresa. Com isso, ela introduz os quatro principais resultados de uma colaboração inteligente:

1 - Receitas e lucros

Colaboração está associada a melhores resultados do ponto de vista financeiro para as empresas. Colaborar gera um retorno de lucro maior para os antigos e novos provedores de serviço, além de visar a melhoria de serviço ao cliente.

2 - Lealdade e retenção do cliente

Melhorando a qualidade do serviço através da colaboração, Heidi evidencia um resultado a longo prazo: a confiabilidade do cliente ao seu serviço.
Quanto mais sócios servem um cliente, mais tempo o cliente se manterá leal à empresa, fortalecendo a relação corporação-cliente.

3 - Inovação

A colaboração provoca melhores (e mais inovadores) resultados para o cliente, garantindo benefícios a longo prazo para os mesmos. A inovação acontece mais quando os especialistas trabalham em equipe.
A autora diz que nem todo problema precisa de uma nova solução; mas a maioria das soluções podem ser adaptadas a um problema específico do cliente.

4 - Transparência e gerenciamento de riscos

A prática da colaboração fornece uma melhor supervisão a seus colegas de trabalho, dessa forma reduzem-se os riscos de má conduta e individualidade.
Exemplo disso é aquele sócio "lobo solitário", que só se interessa em manter as relações de seus clientes apenas e somente sob seu próprio controle.
Gardner, por fim, afirma que os benefícios fluem somente se os clientes estiverem encantados pelos valores que a equipe proporcionar.

O caso da pessoa de uma colaboração

A colaboração não somente faz com que as pessoas se sintam à vontade, mas também é uma "profecia autorrealizável", pois:

- as pessoas se sentem no lugar certo;
- o trabalho duro se torna mais eficiente e eficaz;
- a empresa se torna mais bem-sucedida.

Contratações laterais

Muitas empresas competem para contratar os mais experientes profissionais, mas poucas delas estão bem equipadas em adotar uma contratação lateral (no qual o talento da companhia possa saltar de um departamento para outro).
Essa situação é positiva para os dois lados, pois a companhia consegue reter o profissional "talento" na sua empresa, além do profissional explorar diferentes áreas dentro da companhia, identificando a área que se identifica mais, profissionalmente, crescendo mais rápido.
A colaboração assegura que essas contratações laterais tenham êxito e sejam produtivas. Para isso, a autora explica as etapas de como integrar uma contratação lateral de sucesso, dentre elas:

- Os líderes devem deixar claro ao contratado que eles esperam participação;
- Desenvolver a confiança interpessoal. Um mentor é recomendado para dá-lo assistência às normas da empresa, e desenvolver um novo nível de confiança do contratado para com a companhia;
- Envolver o contratado aos mecanismos da empresa. Assim, quando ele tiver se estabelecido na empresa, destiná-lo a um encargo do comitê ou outra posição de liderança.

Conquistando os milênios

Para a geração dos milênios, uma colaboração pode ser enxergada como uma oportunidade de empoderamento. Eles esperam estar envolvidos em todos os aspectos da empresa e se motivam a enfrentar desafios, além de valorizar e buscar um equilíbrio pessoal-profissional.
Mas como um líder pode melhorar a performance de um Millennial dentro de sua empresa? Atente-se as dicas da autora, são elas:

- Feedbacks mais claros, objetivos e específicos: os millennials possuem um senso crítico de saberem o que estão fazendo. Então direcioná-los a onde está o ponto de melhoria torna seu trabalho mais produtivo;

Este tipo de colaborador é excelente no que faz e possui um vasto conhecimento na área que trabalha. Entretanto, ele não costuma se envolver nem procurar se desenvolver em questões que não estão relacionadas especificamente ao seu campo

- Desenvolvendo uma cultura de feedbacks informais: líderes, sócios e membros de equipe devem se sentir empoderados e obrigados a dar comentários quando necessário, para evitar que alguém repita os erros sem saber;
- Focando na flexibilidade: os millennials querem mais controle sobre seus horários de trabalho, criando jornadas que explorem mais sua produtividade.

Criando aliados leais

As empresas podem não conseguir segurar todo mundo. Mas tratá-los como amigos e ter uma relação sincera e honesta pode fazer com que seus antigos empregados ou clientes desenvolvam um sentimento de lealdade.
Alguns dos fatores essenciais de uma colaboração que ajudam a manter essa perspectiva são:

- Expectativas: deixe claro no momento de recrutamento que a maioria não chega ao patamar de parceiro;
- Feedback: é importante manter as pessoas informadas sobre seus progressos de forma honesta;
- Comunicação: a comunicação é essencial para uma boa relação interpessoal e ela deve ser expressa de forma positiva, porém, realista;
- Dê tempo ao tempo: deixar que a pessoa saia da empresa sob boas condições e dar tempo para que ela encontre uma nova oportunidade é um importante aspecto.

Colaboradores

O especialista solo

"Este tipo de colaborador é excelente no que faz e possui um vasto conhecimento na área que trabalha. Entretanto, ele não costuma se envolver nem procurar se desenvolver em questões que não estão relacionadas especificamente ao seu campo".
A autora deixa claro que, se você for um destes, a intenção dela é fazer você mudar de ideia.
Heidi diz que os especialistas solos que (sistematicamente) levam seus parceiros ao seu campo de trabalho tendem a ter um crescimento significativo no próximo ano.
Tal ação reduz, por exemplo, a quantidade de trabalho acumulado. E também aumenta as possibilidades de inovação sobre uma certa ideia.
Com isso, a autora traz estratégias de como ajudar tais profissionais a alçarem mais benefícios, derrubando barreiras que os impedem de trabalhar proativamente em equipe:

1. Construa uma confiança de competência: procure saber das habilidades de outras pessoas; faça conexões com parceiros que possam servir às necessidades de seu cliente; crie uma equipe que tenha a experiência que você pode contar. "Participe, ajude, aprenda";
2. Alimente a confiança interpessoal: se você agir com integridade e procurar trabalhar com pessoas que se assemelham aos seus padrões, estará mais propenso a atrair mais parceiros de confiança. "Qualidade atrai qualidade";

3. Se aprofunde nos problemas mais amplos do cliente: procure não focar somente nos problemas técnicos do cliente, mas também desenvolva um interesse genuíno no “conjunto da obra”.
4. Aprenda sobre as ofertas da sua própria empresa: tome conhecimento das diferentes áreas e fique atento às mudanças da sua firma;
5. Crie um processo de colaboração mais eficiente: selecione os recursos adequados ao seu time; alinhe o seu projeto às suas expectativas; desenvolva um propósito para a equipe; assegure-se de que os membros da sua equipe estejam informados e preparados;
6. Lide com as políticas da colaboração: colaboradores precisam estar de acordo em como alocar responsabilidades e resolver possíveis conflitos.

O colaborador experiente (rainmaker)

Estes colaboradores entendem que o trabalho em equipe é o jeito mais certo para construir um portfólio denso.
Logo, as principais características que podemos identificar em um colaborador experiente são:

- Senso intelectual apurado para trabalhos mais complexos;
- Disciplina;
- Poder: tem sabedoria para aconselhar o CEO quando este estiver em crise;
- Espírito jovem.

Com estes quesitos, este profissional é capaz de criar a equipe certa e desenvolver a liderança necessária para a equipe, além de gerenciá-la de forma diversificada.
Um rainmaker compartilha suas opiniões e experiências. E sem dúvidas é um ótimo negócio para garantir um trabalho de sucesso com um número maior de colegas de time.

O contribuidor

O contribuidor foca nos pontos positivos, negativos e na forma que um membro opera dentro do time. Enquanto um colaborador experiente envia trabalho, o contribuidor recebe trabalho.
Por este aspecto, alguns dos contribuidores tendem a manter a cabeça baixa e destrinchar o trabalho dentro das suas práticas. Mas quando entregam o seu melhor, seu preço é inestimável.
Um contribuidor pode traçar estratégias efetivas de redução de custos, aumento de benefícios, e reduzir o tempo de retorno de investimento para a colaboração.
Para isso, Heidi exemplifica dois tipos de estratégias que este tipo de colaborador pode adotar:

- Cultivar relações com parceiros apropriados: selecionar clientes específicos e seus parceiros é primordial para obter uma vantagem de informações. Dessa forma, você pode iniciar uma relação de maneira mais sólida, e se tornar um membro exemplar;
- Desenvolver suas habilidades para problemas mais rígidos: se motive a aprender sobre os princípios dos negócios, assim você estará mais preparado para manter uma conversa com o cliente.

Mas como líderes podem ajudar uma pessoa a se beneficiar das vantagens de um contribuidor na empresa? Em seu livro, Gardner apresenta algumas dicas, são elas:

- Mostre exemplos em que determinada técnica de trabalho funcione com sucesso;
- Dê críticas construtivas, de forma honesta;
- Valorize seu bom trabalho;
- Estimule-os a pensar como clientes.

Ringmasters

Se você é líder da companhia, então este overview é pra você. Ou se deseja ser um, Heidi Gardner te explica como fazer isso acontecer.
Você consegue imaginar aquela pessoa que reúne todas as "tribos" e faz tudo acontecer? Que não tem medo de arriscar e experimentar novas oportunidades? Este é o comportamento do grandioso ringmaster.
O ringmaster é aquela pessoa que comanda o show: ele reúne todas as pessoas da empresa e direciona-os para um mesmo objetivo. Para isso, a autora diz como você pode melhorar a performance do seu time:

Você consegue imaginar aquela pessoa que reúne todas as "tribos" e faz tudo acontecer? Que não tem medo de arriscar e experimentar novas oportunidades? Este é o comportamento do grandioso ringmaster.

Medição

Se baseia na medição de um certo grupo da empresa a fim de alinhar os membros para uma mesma direção. Gardner diz que é preciso estabelecer uma estratégia geral da firma e deixar que cada indivíduo estabeleça o seu próprio objetivo.
Daí, meça o comportamento colaborativo de cada um e evite ser inflexível. Dessa forma, você poderá ter resultados consistentes à cultura colaborativa.
Além disso, leve o objetivo da companhia para o trabalho do funcionário, mostre que o trabalho dele tem importância e aplicabilidade ao propósito real da empresa.
Por fim, use e desfrute das facilidades da tecnologia para organizar os objetivos e ajudar a manter todos alinhados.

Compensação

Um mau exemplo de compensação faz com que as pessoas acumulem trabalho e estimula a competição entre os membros. Além do mais, a autora afirma que mudar este sistema não é um trabalho fácil.
E é fato que dar valor ao trabalho de seu funcionário é um bom jeito para garantir uma boa performance na equipe. Você pode engajar o seu funcionário, adotando um sistema meritocrático, por exemplo.
Mas saiba que o processo de mudança não é um processo simples, e deve ser aplicado à empresa de forma lenta (1 ano, por exemplo), com os gastos devidamente planejados.
Essas recompensas fazem o trabalho valer mais a pena do que um salário: mantenha a sua equipe satisfeita.

Clientes

Já estamos carecas de saber como uma colaboração pode funcionar dentro da empresa. Mas e do ponto de vista do cliente?
No último capítulo do livro, Heidi explica que, no geral, os clientes dão muita importância para uma colaboração de qualidade. Além disso, valorizam profundamente a proximidade que um conselheiro externo tem com a empresa e o produto.

Mas não ache que fingir que sabe de tudo vai convencer os clientes a adquirirem o seu produto: eles não gostam desse pretexto. Você deve se conectar à realidade deles, assim como trazê-los à sua.
No entanto, nem sempre eles conseguem enxergar os benefícios de uma colaboração, e (adivinhe só:) é seu trabalho fazê-los entender.
Há uma série de vantagens que uma colaboração pode oferecer. Em sua obra, Heidi explica cada um dos seguintes benefícios:

- Fornece ao cliente o acesso aos melhores experts para resolver os mais difíceis problemas;
- Fornece ao cliente um entendimento mais condensado de seus próprios negócios;
- Gera um alcance global;
- Estimula a inovação e a responsabilidade;
- Gera consistência, melhores resultados e atenua os riscos;
- Amplia sua capacidade colaborativa e eficiência;
- Promove a simplicidade;
- Fortalece sua marca.

Se sua empresa for igual a qualquer outra, então você tem um ambiente formado por grandes profissionais, criativos e inteligentes.
Se você adota a colaboração inteligente, então você tem um time formado por grandes profissionais alinhados a fim de expandir seus horizontes, inovar, trabalhar em equipe e conquistar a lealdade do cliente.
Pra fechar, Gardner cita uma frase (muito dita) ao longo de seu livro, que serve de inspiração para pessoas que querem melhores resultados, mas não querem mudar:

"What got them here won't get them there." (O que os trouxe aqui não os levará até lá.)

O que outros autores dizem a respeito?

Jim Collins e Jerry Porras, autores do livro "Feitas para Durar", descobriram que a maioria das empresas visionárias não começaram com uma ideia revolucionária que as fez ter sucesso logo no início. Na verdade, elas tiveram um começo devagar e, com o tempo, conseguiram dominar seus mercados.

Já Brené Brown, na obra "Dare to Lead", diz que um líder deve assumir a responsabilidade de reconhecer o potencial de pessoas e suas ideias e encorajá-las a desenvolver esse potencial. Ele sabe que o verdadeiro poder é aquele compartilhado com todos.

Por último, John C. Maxwell, no "Livro de Ouro da Liderança", diz que os melhores líderes são aqueles que sabem ouvir. Ouvintes sabem o que está acontecendo porque estão atentos. Eles aprendem melhor que os outros porque absorvem informações de vários lugares.

Além disso, bons ouvintes têm a capacidade de enxergar melhor os pontos fortes e fracos das outras pessoas.

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

Além de ser importante compreender os conceitos de colaboração inteligente, é essencial entender o que deve ser um líder.

Para aumentar a produtividade da empresa, o líder deve deixar suas expectativas bem definidas desde o momento da contratação, dar feedbacks honestos e objetivos a seus funcionários e manter uma comunicação interpessoal positiva e realista.

Um bom líder deve se preocupar em nutrir a confiança entre seu time e ele. Para isso, defina objetivos para que sua equipe alinhe ao propósito da empresa de forma concreta.

E não menos importante: o bom líder deve pensar como um cliente. Tal quesito resulta em melhores e mais variados tipos de serviço que atendam até aos problemas mais complexos do cliente.

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.