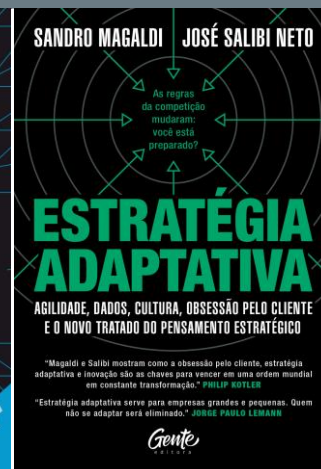
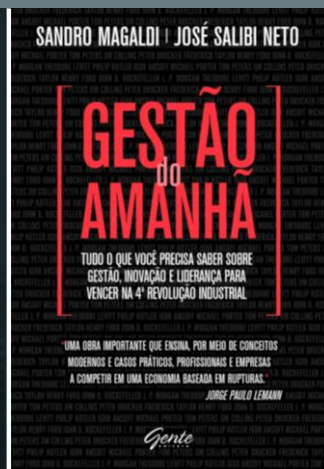
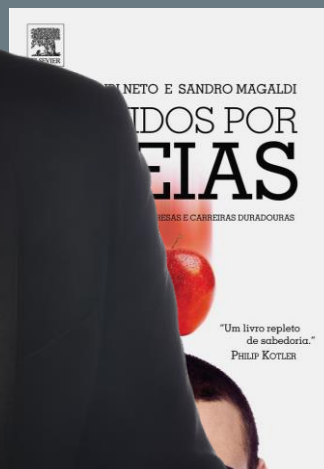
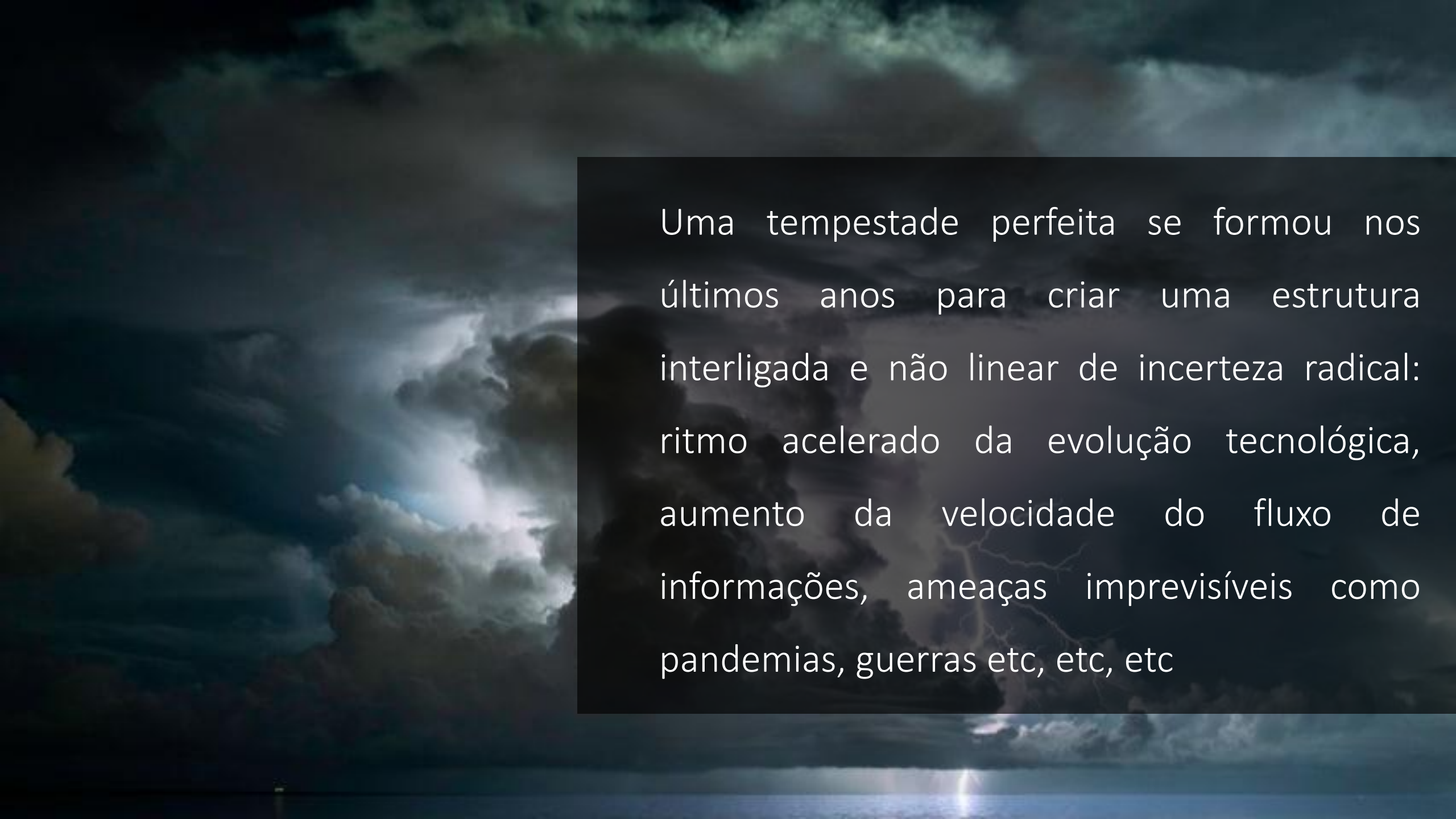




Propósito e Cultura Organizacional





Uma tempestade perfeita se formou nos últimos anos para criar uma estrutura interligada e não linear de incerteza radical: ritmo acelerado da evolução tecnológica, aumento da velocidade do fluxo de informações, ameaças imprevisíveis como pandemias, guerras etc, etc, etc

A large, dark, and textured mushroom cloud from a nuclear explosion dominates the background. The cloud has a thick, billowing top and a dense, columnar stem rising from a base of smaller clouds. The overall tone is dark and ominous, with the cloud appearing in shades of grey and black against a dark sky.

A CONCORRÊNCIA CRESCE
EXPONENCIALMENTE...





Bem-vindos à era do
empoderamento do
cliente.



Bem-vindos à era do
cliente **nunca satisfeito.**

A Inovação
não é mais
um opção,
é uma
obrigação





94% dos profissionais no mundo não estão satisfeitos com a sua performance de Inovação (*McKinsey & Company*).

72% de todos os lançamentos de novos produtos e serviços deixam de corresponder às expectativas (*Simon-Kucher Partners*).

Somente **17%** dos processos de inovação tradicionais dão certo.

A maioria das organizações foi construída a partir de modelos desenvolvidos **décadas ou mesmo centenas de anos atrás.**





A grande ameaça que encontramos
não diz respeito a Tecnologia mas
sim a **nossa relutância** em
nos reinventarmos para
competir na Era Exponencial

NÃO É SOBRE TECNOLOGIA.

**É SOBRE
PESSOAS!!!!!!**

The image is a complex digital composition. The top half shows a vibrant night cityscape with numerous illuminated skyscrapers and buildings. The bottom half is a collage: on the left, a construction site with cranes and building foundations; in the center, a close-up of a hand typing on a white computer keyboard; on the right, a modern multi-story building with a glass facade. A large, semi-transparent black rectangle is centered over the image, containing white text. The overall aesthetic is one of modernity, technology, and urban development.

Tudo começa com a
CULTURA



O Significado de Cultura

“O jeito que a organização faz as coisas acontecerem.”

“Como as pessoas agem quando o CEO não está na sala.”

“O sistema de ações, valores e crenças em comum que se desenvolve em uma organização e ajuda a orientar seus membros.”

IT'S A SYMBOL!



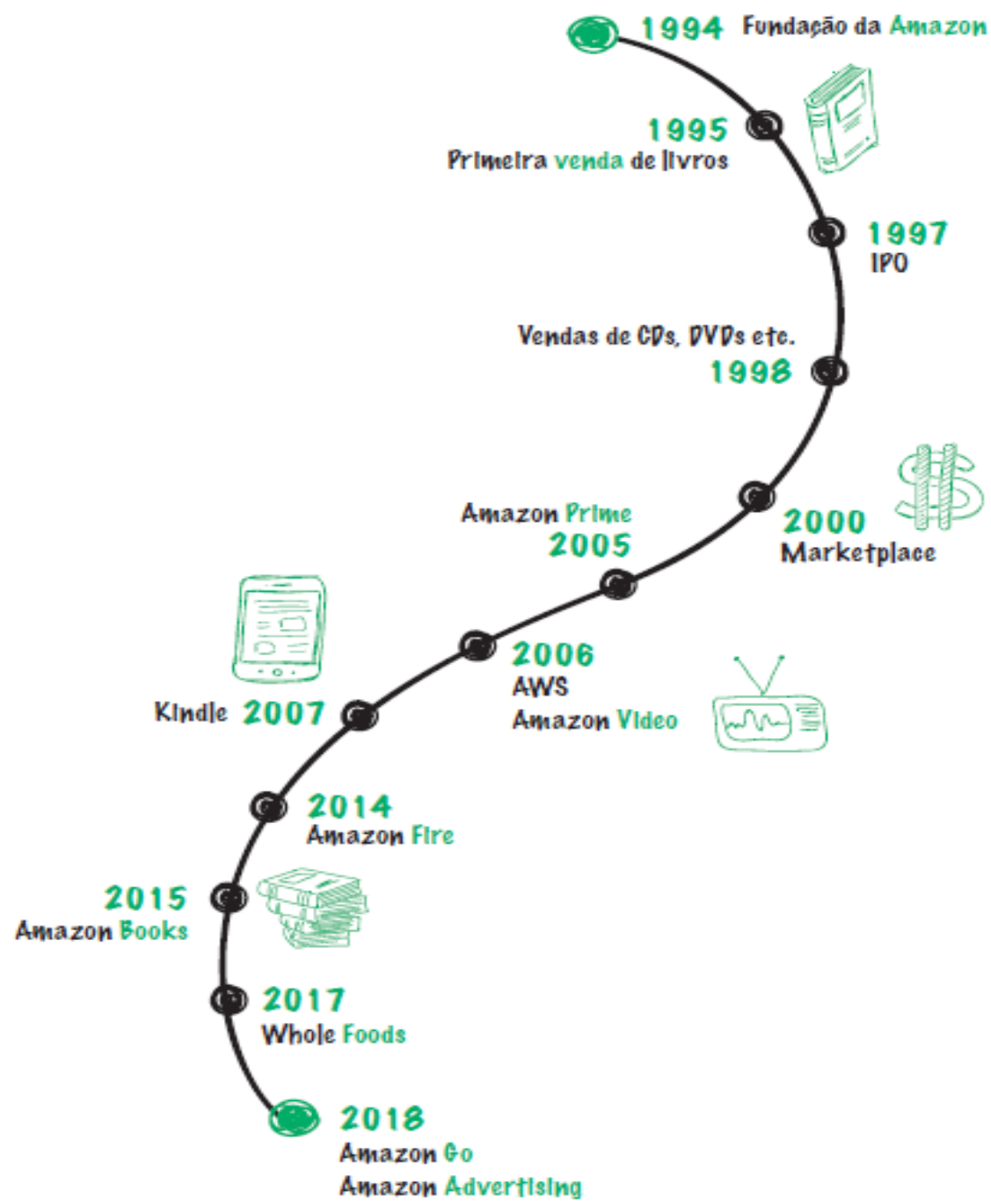
AMAZON EM 1999

- VALOR DA AMAZON: US\$ 30 BILHÕES
- JEFF BEZOS: US\$ 9-10 BILHÕES

AMAZON EM 1999

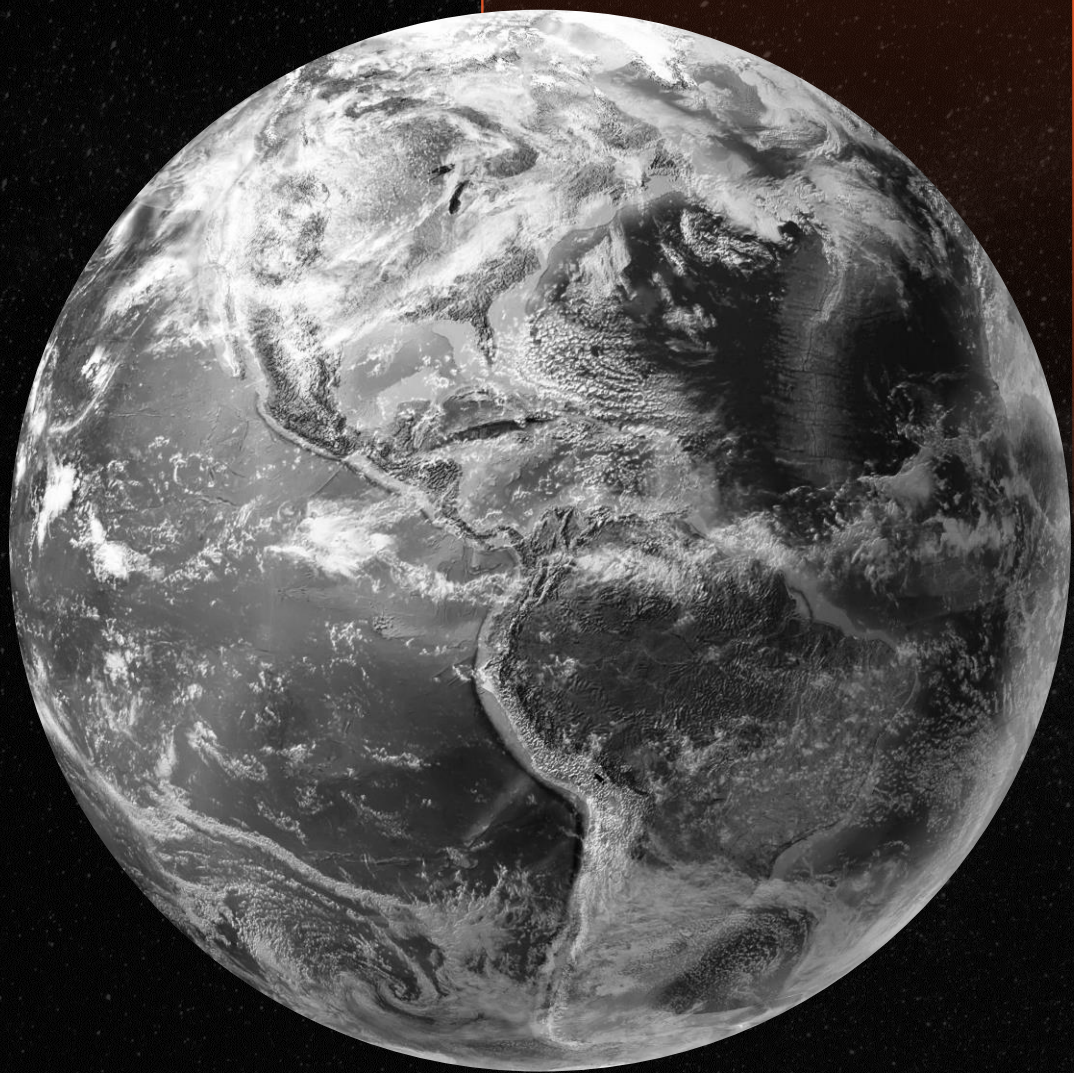






Qual é o tipo de Cultura mais alinhado com as demandas atuais?





O PROPÓSITO DEFINE O
POR QUE A EMPRESA EXISTE...

DEVE ESTAR CONECTADO
COM UMA **NECESSIDADE
REAL DA SOCIEDADE...**



Centralidade do Cliente
significa conhecer o cliente individualmente - todos os pontos de contato e todos os pontos problemáticos - e **conceber um novo tipo de experiência de ponta a ponta utilizando as tecnologias digitais**

Centralidade do Cliente
significa conhecer o cliente individualmente - todos os pontos de contato e todos os pontos problemáticos - e **conceber um novo tipo de experiência de ponta a ponta utilizando as tecnologias digitais**





Um Trabalho a Ser Feito

A Job To Be Done

“Qual é o trabalho que o cliente quer que seja feito e que influencia suas decisões de gastos?”

Peter Drucker, Innovation & Entrepreneurship 1985



Um Trabalho a Ser Feito

A Job To Be Done

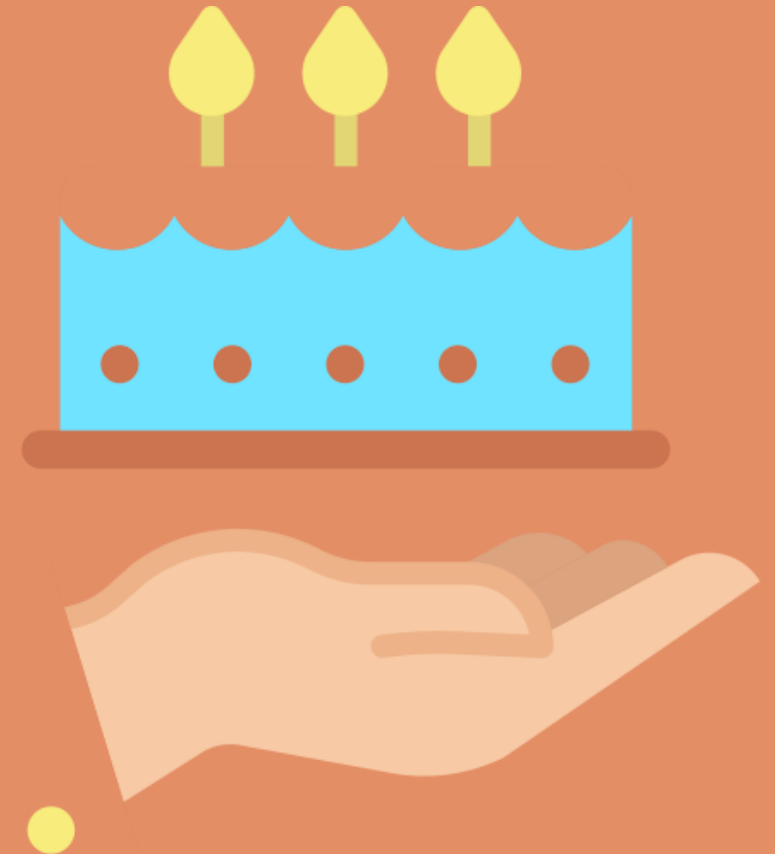
“As pessoas não querem uma broca de 5 mm;
elas querem um buraco de 5 mm.”

Theodore Levitt

O que um cliente
compra raramente...



...é o que uma empresa
pensa estar lhe vendendo.

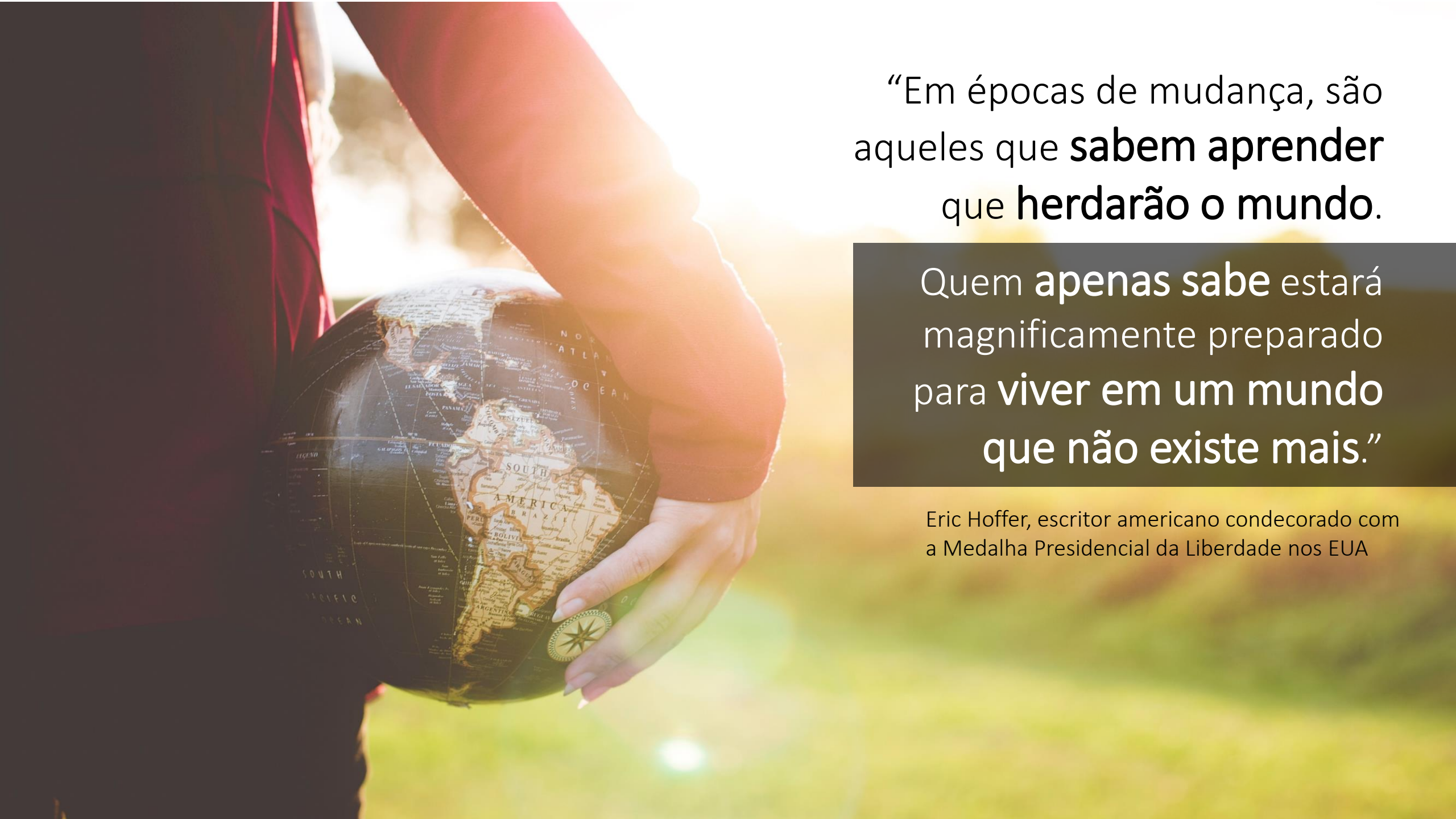


Tecnologia é **meio**

O grande modelo de sucesso das companhias vitoriosas da atualidade é o **entendimento do comportamento de seus clientes** e a implementação de ações para tornar a **experiência com eles superior** a com os concorrentes.

Esse é o **segredo** de todas as empresas bem-sucedidas nessa nova geração de empresas



A person's arm and hand are visible, holding a small globe. The person is wearing a red long-sleeved shirt. The globe shows a map of the world with labels for continents and oceans. The background is a bright, hazy sunset or sunrise over a field, with a lens flare effect. The text is overlaid on the right side of the image.

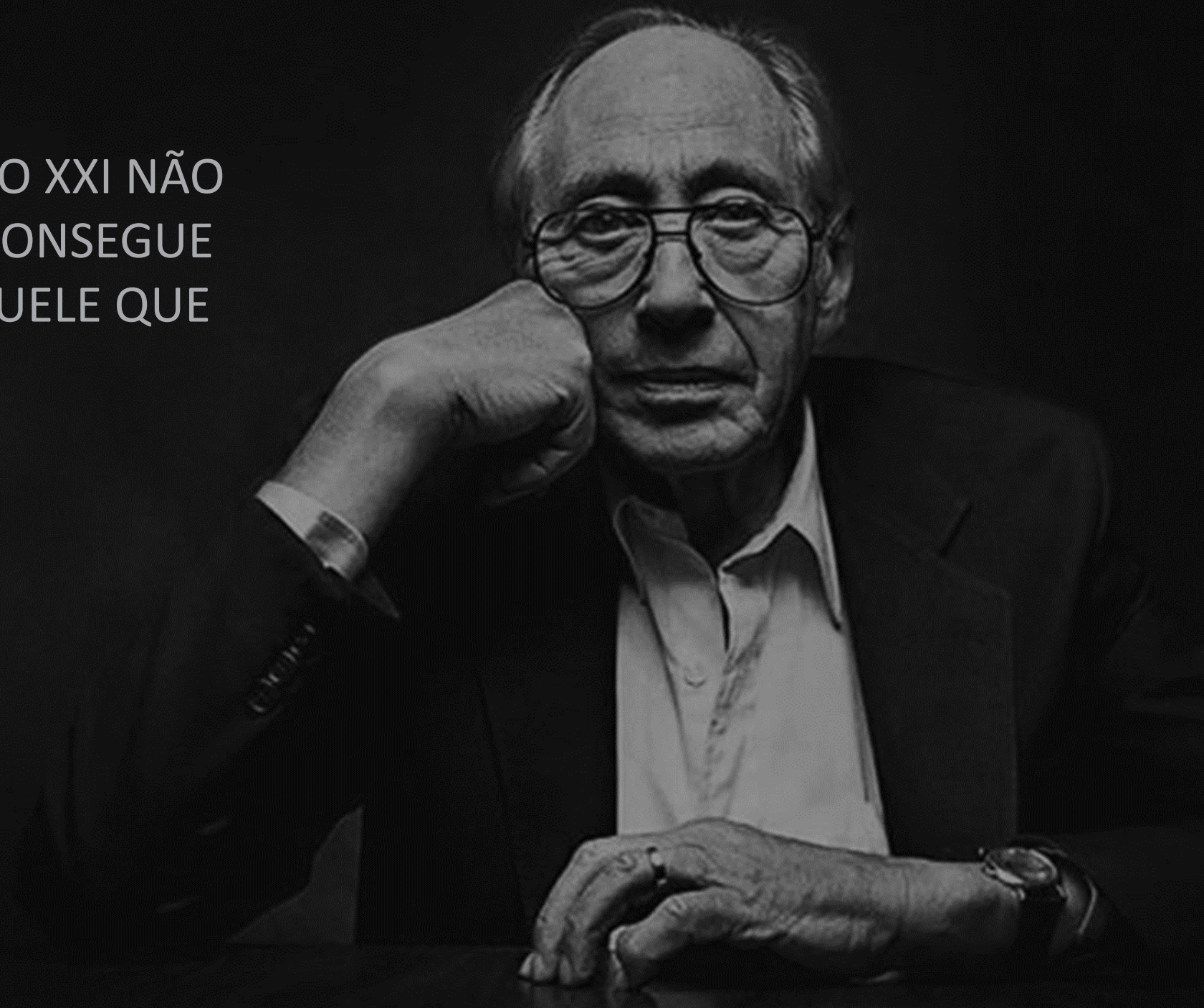
“Em épocas de mudança, são aqueles que **sabem aprender** que **herdarão o mundo**.

Quem **apenas sabe** estará magnificamente preparado para **viver em um mundo que não existe mais.**”

Eric Hoffer, escritor americano condecorado com a Medalha Presidencial da Liberdade nos EUA

O ANALFABETO DO SÉCULO XXI NÃO
SERÁ AQUELE QUE NÃO CONSEGUE
LER E ESCREVER, MAS AQUELE QUE
NÃO CONSEGUE
APRENDER,
DESAPRENDER,
E REAPRENDER.

ALVIN TOFFLER





CULTURA DE RESULTADOS



É CARACTERIZADA POR
REALIZAÇÕES E CONQUISTAS



O AMBIENTE DE TRABALHO É LOCAL
ORIENTADO PARA RESULTADOS E
BASEADO NO MÉRITO, ONDE AS
PESSOAS ASPIRAM AO DESEMPENHO
DE EXCELÊNCIA



OS LÍDERES ENFATIZAM O CUMPRIMENTO
DE METAS





De Varejista
para Educador

A photograph of a Circuit City retail store. The building has a prominent red cylindrical section with the words "CIRCUIT CITY" in large white letters. Above this, a yellow banner with black text reads "GOING OUT OF BUSINESS". The store is surrounded by a parking lot with several cars, including a red pickup truck and a blue car. The sky is overcast.

GOING OUT OF BUSINESS


**CIRCUIT
CITY**

- Decretou falencia em Novembro de 2008



- Em 2012 estava à beira da morte
- Prejuízo de **US\$ 1,7 bilhão** no primeiro trimestre

“O ritmo de crescimento da Amazon foi mais rápido do que estávamos preparados para acompanhar” - CEO Best Buy

A photograph of Hubert Joly, former CEO of Best Buy, standing behind a blue podium with his arms outstretched. The podium features the Best Buy logo, which is a yellow price tag with the words "BEST BUY" in black. The background is dark with blue stage lights.

Todos nós temos que nos reprogramar para uma nova maneira de liderar

Hubert Joly ex CEO da Best Buy



**“ De CULTURA DE VAREJO PARA CULTURA VOLTADA
PARA A ENERGIA E CONEXÃO HUMANA”**

**What business
are you in?**



**What business do
you want to be in?**



**What problems
are you solving?**



**What dreams are
you fulfilling?**



Renew Blue



Mais de 50% dos
consumidores se
sentem
sobrecarregados
com a tecnologia





- **Hubert Joly capitalizou na fortaleza da Best Buy**
- **70% dos americanos vivem a 15 minutos ou menos de uma loja da Best Buy**
- **Geek Squad**

Novo propósito

“Enriquecer vidas por meio da tecnologia”

- Mais conversas entre compradores e vendedores



**BEST
BUY**

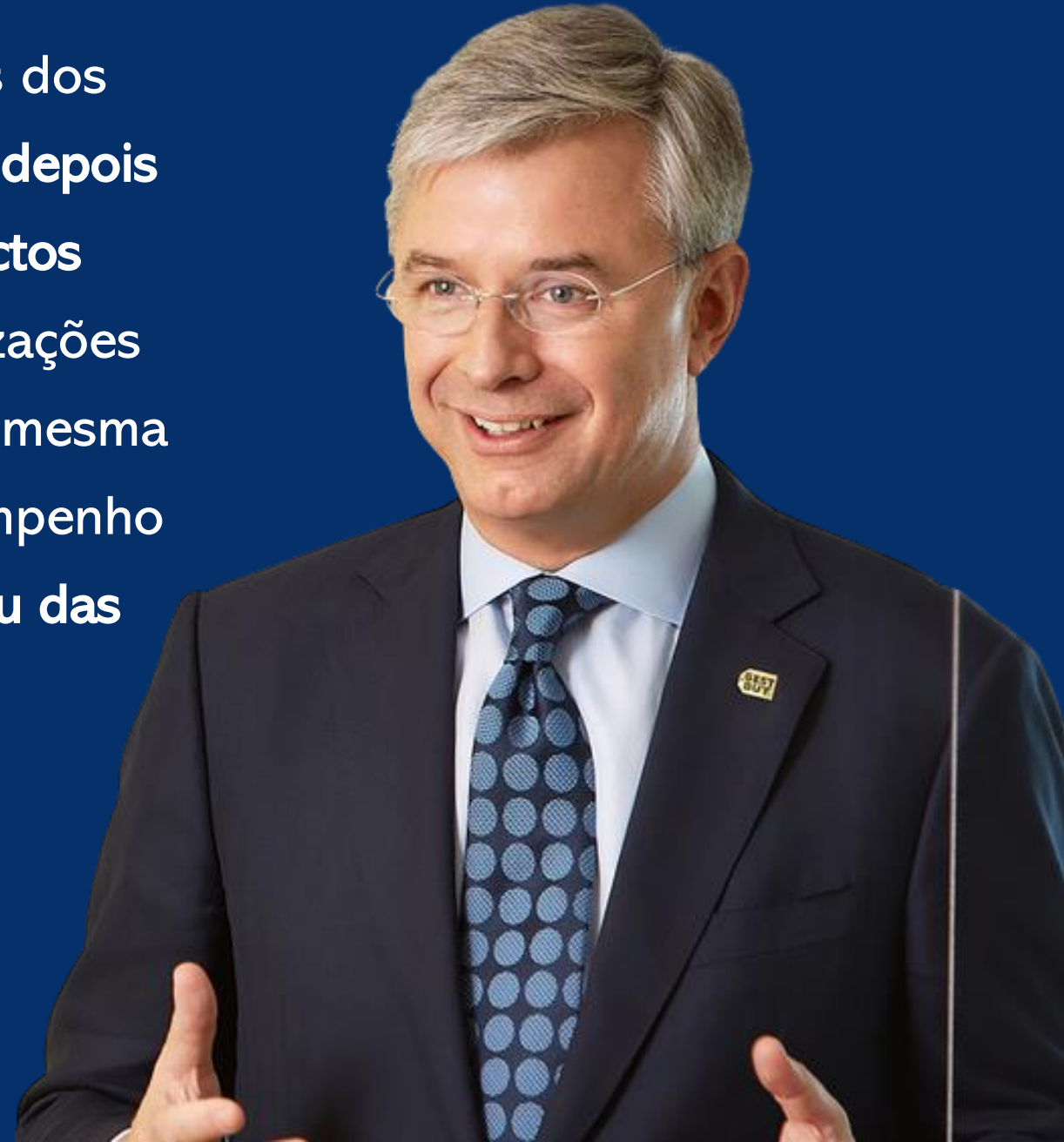
**TORNANDO UM PROPÓSITO NOBRE A PEDRA ANGULAR
DA ESTRATÉGIA DA EMPRESA**



"Adotar um modelo que foca o propósito e as pessoas, exige as transformações das principais práticas de gestão"

"Adotei a prática de iniciar análises mensais dos negócios discutindo primeiro os funcionários, depois os clientes, e só depois entrando nos aspectos financeiros. Sempre apresentei minhas atualizações ao conselho de administração da Best Buy na mesma sequência. Os principais indicadores de desempenho (KPIs) devem ir além do aspecto financeiro ou das classificações"

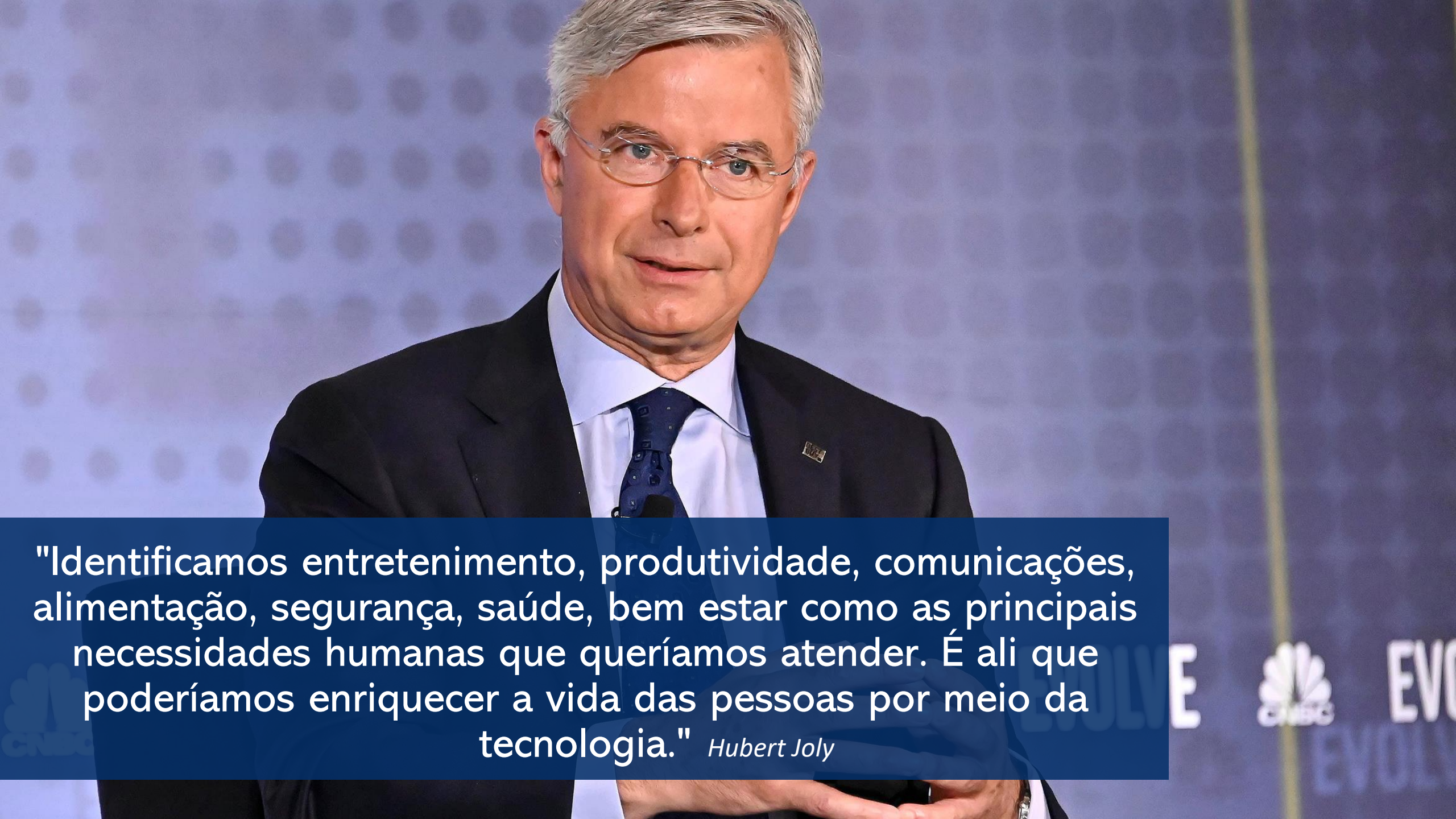
Hubert Joly



NOVOS COMPORTAMENTOS

Workshops com líderes que conheciam melhor a empresa
"amigo inspirador" - personal technology officer

Todos na empresa deveriam personificar - se comportariam para
cumprir essa promessa. Agir como um ser humano era um dos
comportamentos esperados.

A medium shot of Hubert Joly, CEO of Salesforce, speaking at a podium. He is a middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and a blue patterned tie. He is looking slightly to his right with a calm expression. The background is a blue wall with a repeating pattern of the word "EVOLVE" in a light blue font. To the right, a portion of the NBC peacock logo is visible.

"Identificamos entretenimento, produtividade, comunicações, alimentação, segurança, saúde, bem estar como as principais necessidades humanas que queríamos atender. É ali que poderíamos enriquecer a vida das pessoas por meio da tecnologia." *Hubert Joly*



Programa In-Home Advisors (Hoje com 20 mil agentes)

- Nenhum trabalho é muito pequeno. **Vamos ensinar o consumidor** a fazer perguntas a Alexa.
- Nós iremos a sua casa de **graça**.
- E tudo **sem compromisso**; fique a vontade para não fechar um negócio até o final do dia



Se você vende para um consumidor um laptop, uma televisão ou um sistema de segurança em casa, você tem um cliente por dia.

Se você os ajuda a instalá-lo, os ensina a usá-lo e abre um canal para que lhe peçam ajuda sempre que precisarem, você terá um cliente para a vida toda.

O ciclo de vida do cliente (seu lifetime value, ou LTV, em inglês) é imensamente maior.



A Best Buy relatou excelentes resultados financeiros no terceiro trimestre de 2020, impulsionados em parte por mais de 2 milhões de assinantes do programa Total Tech Support [Suporte Tecnológico Total] oferecido por sua subsidiária, a Geek Squad.

BUILDING THE NEW BLUE



Mini Boutiques



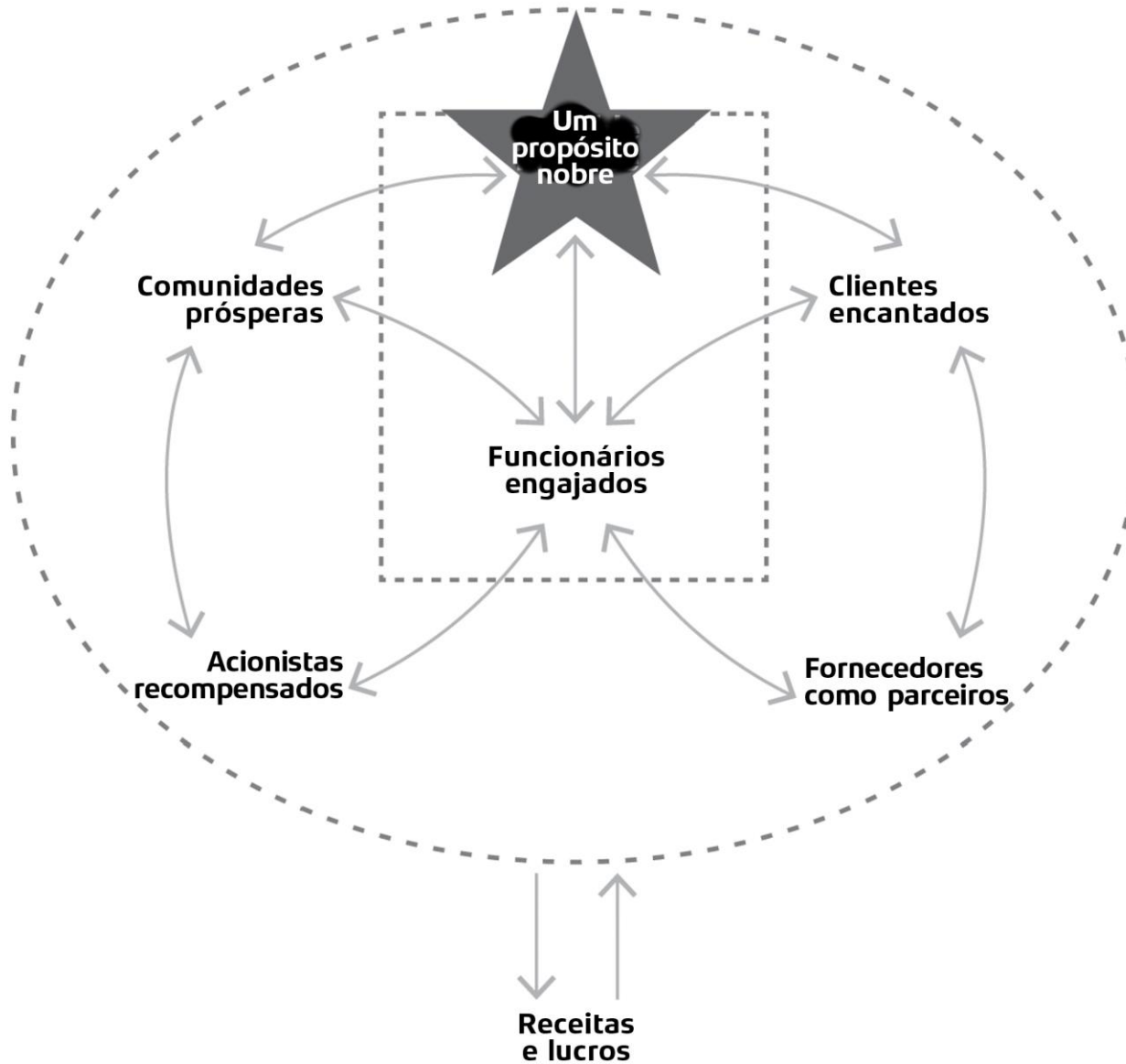


Programa Ignite

Espaço para produtos inovadores e startups



A Organização com Propósito – Uma Declaração de Interdependência



Best Buy Teen Tech Center



Best Buy Should Be Dead, But It's Thriving in the Age of Amazon

The big-box retailer doesn't just want to sell you electronics. It wants its in-home consultants to be "personal chief technology officers."



▲ Advisor Jess Kordash making a house call. PHOTOGRAPHER:
DAVID WILLIAMS FOR BLOOMBERG BUSINESSWEEK

**A Best Buy deveria estar
morta, mas está prosperando a
olhos vistos na Era da Amazon.**

O hipermercado de eletrônicos não quer mais vender apenas produtos eletrônicos; quer que seus "consultores em domicílio" se tornem "diretores pessoais de tecnologia" para os clientes.

Assessora Jess Kordash em visita de trabalho na casa de um cliente.



I AM COMMITTED TO

HAVING **FUN**
WHILE
BEING
THE **BEST**

CREATES AND INSPIRES **POSITIVE ENERGY** | POSITIVELY CHALLENGES
CO-WORKERS TO **EXCEED EXPECTATIONS** | ACTS AS A **CHAMPION OF**
ENGAGEMENT BY MODELING AND **HELPING OTHERS** UNDERSTAND THE VALUE
| CONTINUALLY SEEKS TO UNDERSTAND HOW TO **ADD VALUE** BEYOND
CURRENT RESPONSIBILITIES AND **TAKES ACTION** | CREATES AN ENVIRONMENT
WHERE **DIFFERENCES** ARE NOT ONLY **ENCOURAGED**, BUT **CELEBRATED**



Valor de Mercado

2012 —————→ US\$ 4.4 bi

2021 —————→ US\$ 29 bi



É O MOMENTO DE
PENSARMOS NO QUE É

POSSÍVEL

NÃO NO QUE É
PROVÁVEL

www.gestaodoamanha.com.br

BEM-VINDOS

VOCÊ ESTÁ PREPARADO PARA A GESTÃO DO AMANHÃ?

Os conteúdos mais relevantes para você se preparar para os desafios da 4ª revolução industrial e as crescentes transformações

▶ ASSISTIR



TALKSHOWS ▼



Talk show com:

FRANCISCO MADIA

GESTÃO
AMANHÃ



Talk show com:

SILVIO MEIRA

GESTÃO
AMANHÃ



Talk show com:

WALTER LONGO

GESTÃO
AMANHÃ



Talk show com:

MARTHA GABRIEL

GESTÃO
AMANHÃ



@josesalibineto



@sandromagaldi



@gestaodoamanha