

e-book

Os benefícios da inovação para microempreendedores individuais

Soluções inovadoras e
diferenciadas não precisam
de uma grande estrutura

The logo for SEBRAE, consisting of three horizontal white bars above the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font, with three more horizontal white bars below the word.

Sumário

3 mitos:

1. Inovação não é sinônimo de tecnologia 06
2. Não é necessário ter um gênio criativo na equipe para poder inovar07
3. Inovação é coisa para pequenas empresas, sim!07

Bibliografia: 13

Esse e-book é o primeiro passo no processo de geração e desenvolvimento de inovação para sua empresa, mas para isso precisamos quebrar a seguinte objeção: “As pequenas empresas não possuem recursos suficientes para inovar”. Nos últimos anos surgiram várias metodologias, práticas e ferramentas que facilitam e reduzem o risco de inovar. E o Sebrae dispõe de conteúdos, cursos, eventos e conteúdo em seus canais para que você possa inovar e disseminar inovação dentro do seu mercado.



Não basta a empresa ser diferente da concorrência. No esforço de se diferenciar dos demais, muitos empresários acrescentam aos seus produtos características e funcionalidades que não agregam valor ao cliente, gerando mais confusão do que diferenciação.

“Nós temos o melhor serviço”
“Nosso atendimento é de qualidade”

São frases muito usadas por pequenos empresários quando desejam ‘vender o seu peixe’, mas na verdade oferecer o melhor serviço ou atender bem aos seus clientes é nada mais que uma obrigação, não um diferencial. Você já observou a seção de margarinas de um supermercado? Existem diversas marcas e tipos de margarinas, mas sentimos dificuldade em perceber qual a diferença entre elas. Se a gente vender nossos olhos e provar cada marca de margarina em um pãozinho, será que conseguiremos diferenciar uma marca da outra?



O objetivo da diferenciação se perdeu e os produtos acabam parecendo todos iguais. A estratégia das *commodities* tomou o mercado, pois o cliente não consegue perceber as diferenças entre as ofertas.

Tudo no final das contas vira “margarina”. Os diferenciais podem fazer sentido para a empresa e na cabeça do empresário, mas não agregam valor para o cliente.

Você já notou esse fenômeno em outros produtos ou serviços?

Em geral, os exemplos de inovação referem-se a soluções criadas por grandes empresas, geradas por verdadeiros gênios como Steve Jobs. Uma pequena empresa, normalmente, possui limitações de recursos e equipe.

É possível inovar nesse cenário?

Estamos aqui para dizer que SIM, é totalmente possível que uma pequena empresa inove. O primeiro passo para isso é romper com alguns mitos que foram criados sobre inovação.

3 MITOS:

1. Inovação não é sinônimo de tecnologia

Não é necessário que uma solução envolva o uso de tecnologia de ponta para ser considerada uma inovação. Inovação pode até envolver o uso de tecnologia, mas isso não é o essencial. O vendedor de churrasquinho inventou a “jantinha” ao entender que o seu público queria chegar ao final do dia sem precisar cozinhar. Ele não precisou de uma grande tecnologia para descobrir isso.



2. Não é necessário ter um gênio criativo na equipe para poder inovar

Se você tiver, ótimo. Porém, para inovar, é necessário um trabalho de observação do comportamento do cliente. Pessoas sensíveis às necessidades, que escutam o que os clientes têm a dizer, conseguem captar ótimas oportunidades de resolver problemas para todo um mercado.



3. Inovação é coisa para pequenas empresas, sim!



Muita gente pensa que, para inovar, você precisa de um time de pesquisa e desenvolvimento e investir muitos recursos para sair “criando coisas”. O surgimento das startups tem demonstrado que essas empresas inovam mais rápido do que as grandes, com investimentos limitados de recursos.

Qualquer empresa pode inovar, basta estar motivada e utilizar as ferramentas adequadas. Para inovar, temos que romper com o padrão de se comparar com a concorrência. O dono da Netflix disse, em uma entrevista, que o seu principal concorrente é o churrasco de família no final de semana. Ele poderia ter considerado as TVs por assinatura, os canais de streaming e o cinema, mas ele nos leva à seguinte reflexão:

“Onde o meu cliente está neste momento senão comigo?”

1 O **primeiro elemento** que devemos considerar é o “Foco no Cliente”. Temos que descobrir o que o cliente quer fazer e não está conseguindo. Ao invés de nos preocupar com a concorrência, temos que avaliar como ele está resolvendo o problema hoje, se está satisfeito, quais são os problemas que ele enfrenta.

A partir deste problema, pode surgir um mercado?

Este problema gera estresse e incômodos suficientes para fazer o cliente querer uma nova solução?



O **segundo elemento** é o ecossistema de inovação. Ninguém inova sozinho, especialmente as pequenas empresas. Assim como na natureza, um indivíduo necessita de recursos, nutrição, condições de clima e proteção para sobreviver.

Assim, buscar parcerias com outras empresas, institutos de pesquisa e universidades, governo, instituições financeiras e entidades do Sistema “S” são extremamente importantes para reduzir o risco da inovação. Além disso, contar com parceiros comerciais e outras instituições acelera o lançamento da inovação no mercado.



O **terceiro elemento** é o trabalho em equipe, que envolve não apenas o empresário, mas os fornecedores, compradores, o funcionário que o empreendedor pode contratar, a voz dos clientes que experienciam a solução que é oferecida ao mercado. O trabalho em equipe é sempre muito mais rico do que a opinião de uma única pessoa.

4

O **quarto elemento** da metodologia são as ferramentas. A utilização de ferramentas, como o Canvas de Modelo de Negócios, facilita a geração de inovação. Isso ocorre porque as ferramentas padronizam a linguagem e uniformizam a compreensão e a contribuição de todos. O Sebrae disponibiliza treinamentos e cursos para que você possa fazer um Raio-x completo do seu negócio e levantar poderosos diagnósticos.

Canvas do Modelo de Negócio

Criado para:

Criado por:

Site:
 Versão:

<p>Parcerias-Chave</p> <p>Quem são nossas Parcerias-Chave? Quais são os canais? Quem são os Clientes? Quais Recursos-Chave estamos adquirindo dos parceiros? Quais Atividades-Chave as parcerias realizam?</p>	<p>Atividades-Chave</p> <p>Quais Atividades-Chave são necessárias para entregar nossos Propósitos de Valor? Nossas Canais de Distribuição? Relacionamentos com Clientes? Fontes de Receita?</p>	<p>Propostas de Valor</p> <p>Qual valor entregamos aos clientes? Quais problemas dos clientes estamos ajudando a resolver? Quais produtos e serviços estamos oferecendo para cada Segmento de Clientes? Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?</p>	<p>Relacionamentos com Clientes</p> <p>Qual tipo de relação existe com cada Segmento de Clientes (experiência de uso)? Quais os que nos auxiliam? Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócios? Quais canais são eles?</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Para quem estamos criando valor? Quais são os segmentos de clientes mais importantes?</p>
<p>Estrutura de Custo</p> <p>Quais são os custos mais importantes no modelo de negócios? Quais Recursos-Chave são os mais caros? Quais as Atividades-Chave são os mais caros?</p>	<p>Fontes de Receita</p> <p>Para que valor são os nossos clientes realmente dispostos a pagar? Para o que eles pagam voluntariamente? Como eles se dão pagando voluntariamente? Como é que eles preferem pagar? Quanto é que cada fonte de receita rende por cliente?</p>			

A Uber fez as pessoas migrarem do mercado de táxi. A Starbucks fez as pessoas migrarem do mercado das cafeterias. O Cirque du Soleil fez as pessoas migrarem da tradição do circo.

A quem as pessoas necessitam demitir hoje para poder contratar a sua empresa dentro do seu mercado?

A inovação oferece muitos benefícios ao MEI:

- Conquistar novos mercados e fortalecer a marca
- Entender e ampliar a participação no mercado atual
- Aumentar a rentabilidade
- Aumentar a produtividade e reduzir custos

Por meio da inovação podemos atender novos segmentos de clientes ou novos mercados do segmento do cliente atual. Com isso, a empresa pode se posicionar como uma empresa inovadora e fortalecer sua marca. Por meio de inovação de processo, podemos reduzir os custos e/ou aumentar a produtividade.

Em tempos de hiper concorrência, oferecer novas soluções que agregam valor aos clientes é essencial. A Ino-

vação, segundo o Manual de Oslo, é a introdução de um produto, bem ou serviço, novo ou significativamente melhorado.

O Sebrae dispõe de diversos conteúdos, trilhas e cursos que irão te dar o pontapé inicial para seu negócio ser cada vez mais inovador:

Como devo agir para liderar e promover a criatividade e a inovação?

Clique para acessar



Inovação e possibilidades de crescimento

Clique para acessar



Inovação

Clique para acessar



Modelagem e validação da proposta de valor para startups

Clique para acessar



Bibliografia:

Christensen, Clayton; Hall, Karen; Hall, Taddy;
Competing Against Luck: a story of innovation and
customer choice, 2016

<http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo>

Guia do empresário ALI © 2018. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae.

