

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DIGITAL

O que muda em relação ao PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRADICIONAL



É tempo de desenhar os próximos passos do seu negócio!

Nesta época do ano, independente de tamanho e segmento de atuação, todas as empresas começam a pensar como farão o planejamento para os próximos períodos, não é verdade? E o interessante agora é que temos a oportunidade de transformar o Planejamento Estratégico Tradicional em Planejamento Estratégico Digital e se apropriar de tudo que ele traz de resultado e agilidade para seu negócio.

Quer saber como?

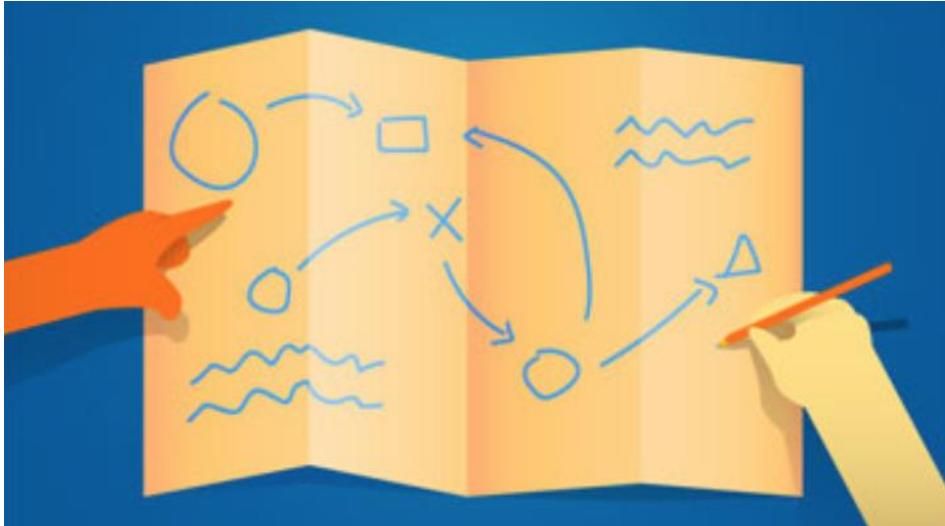
Planejamento Estratégico Digital não é Estratégia de Marketing Digital

Primeiramente é preciso deixar um ponto importante bem claro para iniciarmos nossa jornada sobre este tema: Quando me refiro ao planejamento estratégico digital, não estou falando somente de marketing digital, de posicionamento nas mídias sociais, etc. O Planejamento Estratégico Digital faz parte de um plano maior, algo mais abrangente, que vai direcionar os negócios para um futuro perene.

Para onde vamos? Definição macro do caminho

Já ouvi várias vezes que faz diferença saber e externar o que não queremos, você também já ouvi isso? Mas confesso que outro dia, durante essa maratona de podcasts que estamos vivendo, ouvi algo que me fez refletir – dizia o seguinte: “Esta história de dizer que não tem clareza do que se quer, mas que sabe o que não se quer, não significa nada, quer ver... imagina você entrar num Uber/Taxi em

São Paulo e dizer para o motorista eu não quero ir para a Avenida Paulista... O que isso vai adiantar para o motorista te conduzir até o seu destino? Nada não é verdade? Imagina o tempo perdido e o desperdício de energia. Pois é, se o impacto é grande em nossas vidas, imaginem nas organizações. Por isso é tão importante que os dirigentes da empresa definam o caminho onde querem chegar de forma clara e objetiva.



Mergulhando um pouco mais no “como fazer”, partimos da estratégia atual, considerando a cultura da empresa, adicionando as possibilidades futuras do ecossistema de negócios no qual estamos inseridos. Desta forma é possível desenhar com o Top Management e Gestores, através de ferramentas ágeis, para onde queremos ir, onde queremos chegar, se apoderando das oportunidades que temos neste momento de tanta transformação e evolução digital.

Maturidade Digital – onde estamos

Tendo isso definido em grandes linhas, o próximo passo deve ser identificar a maturidade digital, olhando sempre sob o prisma negócios e pessoas. Esta etapa serve para identificar o status atual, trazendo o ponto de partida que possibilitará a definição da jornada, passo a passo, para atingir nossos objetivos. E nesse ponto, vale mencionar que, a i9Exp – inoveExperience desenvolveu metodologias e ferramentas, baseadas nos melhores modelos internacionais, traduzidas para o cenário brasileiro dos negócios, para apoiar as organizações neste sentido.

Fazendo a Jornada acontecer

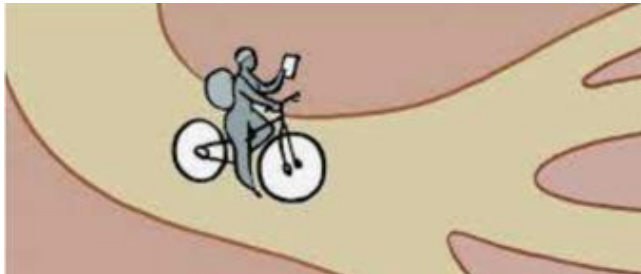
Agora que já sabemos onde estamos e para onde queremos ir, é necessário que os “Embaixadores da Jornada” – TOP Management e Gestores, tracem um plano de comunicação para envolver a empresa como um todo. Pois desta forma, será

possível desdobrar os macros objetivos em vários projetos para alcançá-los. Neste ponto começam as diferenças entre o Tradicional – onde a estratégia ficava fechada nas salas da Diretoria/Gestores, para o Digital – onde cada projeto tem que ter um racional claro para existir, um dono e uma métrica definida de geração de valor para empresa conectado ao MERCADO, RESULTADO, PESSOAS e/ou PROCESSOS.

Para isso devemos utilizar metodologias e ferramentas ágeis, além da tecnologia, para nos apoiar nesta jornada (Ex. SCRUM/SQUAD/CANVAS/SWOT/ Indicadores de Performance – KPI's/BSC/OKR's).

Desta maneira todos estarão no “mesmo barco”, os colaboradores saberão para onde “devem remar” para atingir o objetivo macro da empresa, e com certeza os resultados virão!

Trazendo agilidade para recalculer a rota



Um dos maiores benefícios que o Planejamento Estratégico Digital nos traz é a facilidade para recalculer a rota. Você deve estar pensando: Como assim? Vou te dar um exemplo baseado na ferramenta que está se tornando cada vez mais imprescindível para as organizações, os OKR's – Objectives & Key Results – Objetivos e Resultados chaves. Para quem ainda não conhece, o conceito de OKR foi criado por Andy Grove, enquanto ele era o CEO da Intel e foi disseminado quando o Google, que ainda nem era “Google”, começou a utilizar o método com apenas 40 colaboradores e continua a ser utilizado hoje com seus quase 140.000 mil colaboradores.

Mas voltando ao tema, neste novo modelo, todos os colaboradores tem que ter seu OKR, claro que conectado ao seu nível de responsabilidade na organização, mas todos tem que entender como está gerando resultado para a organização através da contribuição de seu trabalho. Os ciclos são de 3 meses, o que nos possibilita trazer o que chamo de “agilidade para recalculer a rota”, seja porque o objetivo já foi atingido, seja porque ele já não faz mais sentido para o momento atual. Se compararmos com o modelo de Planejamento Estratégico Tradicional,

somente revisitaremos o tema no próximo período, que poderia ser, em sua maioria, entre 1 e 3 anos, conforme as práticas usuais de mercado.

E aí sua empresa vai aproveitar a janela de 2021 para transformar seu Planejamento Estratégico Tradicional em Planejamento Estratégico Digital?

Conte com a i9Exp – inoveExperience para construir essa jornada de sucesso com você!

Suzana Soncin – CEO i9Exp - inoveExperience

OKR's - O legado de Andy Grove

“Uma das personalidades mais aclamadas e influentes da era da computação e da internet”. Foi assim que o The New York Times classificou Andy Grove quando faleceu, aos 79 anos. Em 1997, ele foi nomeado pela revista Time como *“O principal responsável pelo incrível crescimento do poder e do potencial inovador dos microchips”*.

No seu livro, Avalie o que importa (o qual eu, Suzana, super indico), John Doerr dedica páginas e páginas para o seu mentor. Para Doerr, os OKRs são o legado e a prática de gestão mais valiosa e duradoura de Andy.

Confira os ensinamentos de Grove:

Menos é mais

Para Andy Grove, *“alguns poucos objetivos extremamente bem escolhidos transmitem uma mensagem clara ao que dizem “sim” e ao que dizemos “não”*”. Para ele, um limite de 3 a 5 OKRs por ciclo leva empresas, equipes e indivíduos a escolherem os mais importantes.

Defina metas de baixo para cima

Para promover o engajamento, as equipes e os indivíduos devem ser incentivados a criar aproximadamente metade de seus próprios OKRs, em comum acordo com seus gerentes.

Sem imposições

Os OKRs são um contrato social cooperativo para estabelecer prioridades e definir como o progresso será medido. Mesmo depois de definidos os objetivos da empresa, seus resultados-chave continuam sendo negociados. O compromisso de todos é essencial para o alcance das metas.

Seja flexível

Se um objetivo não parece mais prático ou relevante, os resultados-chave podem ser modificados ou mesmo descartados durante o ciclo.

Ouse falhar

“A produção tenderá a ser maior quando todos lutarem por um nível de conquista além de se alcance imediato... Essa definição de metas é extremamente importante se o que você quer é o desempenho máximo de si mesmo e de seus subordinados”. Grove.

Uma ferramenta, não uma arma

O sistema OKR para Grove, *“tem o objetivo de acompanhar uma pessoa a fim de colocar um cronômetro na mão dela, para que assim ela possa avaliar seu próprio desempenho. Não é um documento jurídico sobre o qual uma análise de desempenho deve se basear”*.

Seja paciente, seja resoluto

Todo esse processo vai exigir resiliência, porque é cheio de altos e baixos, tentativas e erros. Segundo Grove, a Intel tropeçou muitas vezes na implementação dos OKRs: *“Nós não entendíamos por completo o principal propósito disso. E estamos ficando melhores com o passar do tempo”*. Para Doerr, é normal que uma empresa leve entre quatro e cinco ciclos de três meses para adotar e compreender todo o potencial do modelo.