

CRISIS ®
DECISION MAKING

ÍNDICE

1. Porquê o DecisionMaking?	3
2. O mercado-alvo da solução DecisionMaking	4
3. Problemas comuns endereçados pela solução DecisionMaking	5
4. Caraterísticas da solução DecisionMaking	6
5. O pulo do gato	7
6. Resultados	10
7. Pressupostos	11

1. PORQUÊ A DECISION MAKING

DecisionMaking permite aumentar o número de boas decisões, algo incontornável para se gerir melhor a empresa. Não só isso liberta o potencial da empresa, como obriga a todos os departamentos a estarem alinhados e sincronizados com o que verdadeiramente importa: **o todo**.

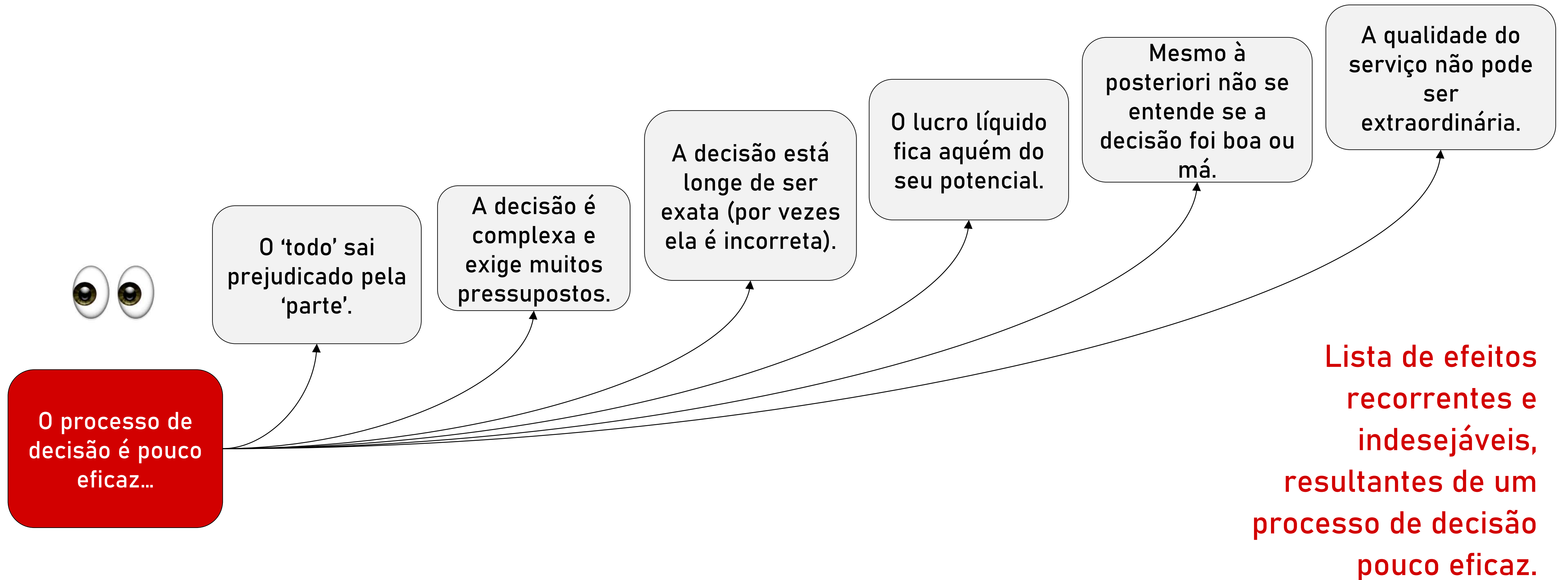
A solução DecisionMaking assenta no princípio da **simplicidade**: quanto maior o número de pressupostos necessários à tomada de decisão, maior a probabilidade de tomarmos uma decisão errada. É preciso saber como identificar os pontos de alavancagem da empresa, para com isso serem convenientemente explorados.

A solução
DecisionMaking é uma
alternativa viável às
falácias e erros dos
modelos de custeio, mas
apenas para quem tem a
coragem de querer olhar
para as suas
inconsistências.

2. O MERCADO-ALVO DA SOLUÇÃO DECISION MAKING

- (Especialmente) empresas com margem líquida inferior a 10%.
- Empresas que precisam de decidir mais rápido e melhor ao nível do mix das operações, fazer ou comprar e que investimentos fazer.
- Empresas que precisam simplificar o seu processo de decisão, e ao mesmo tempo aumentar a qualidade da decisão.
- Empresas que já sabem que ‘a contabilidade dos custos é o inimigo número 1 da produtividade’.
- Pessoas que querem ganhar competências ao nível de um pensamento forte, lógico e rigoroso.

3. PROBLEMAS COMUNS ENDEREÇADOS PELA SOLUÇÃO DECISION MAKING



4. CARACTERÍSTICAS DA SOLUÇÃO DECISION MAKING






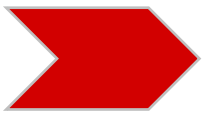



Fase I

A solução comporta cinco grandes pilares, no que toca ao processo de tomada de decisão:

- Priorizar corretamente os produtos e serviços comercializados
- Entender quando é melhor comprar do que fazer (ou vice-versa)
- Saber investir com base num real retorno do investimento
- Proteger e avaliar a empresa como um todo
- Endereçar os problemas que vêm com os centros de lucro – preços de transferência

É ainda feito a priori uma preparação efetiva quanto à mudança de pensamento, essencial para se colocar em prática novos paradigmas de gestão. Por um tempo a definir, é feito um coaching e acompanhamento às pessoas que receberam treino nesta área de conhecimento.

5. O PULO DO GATO

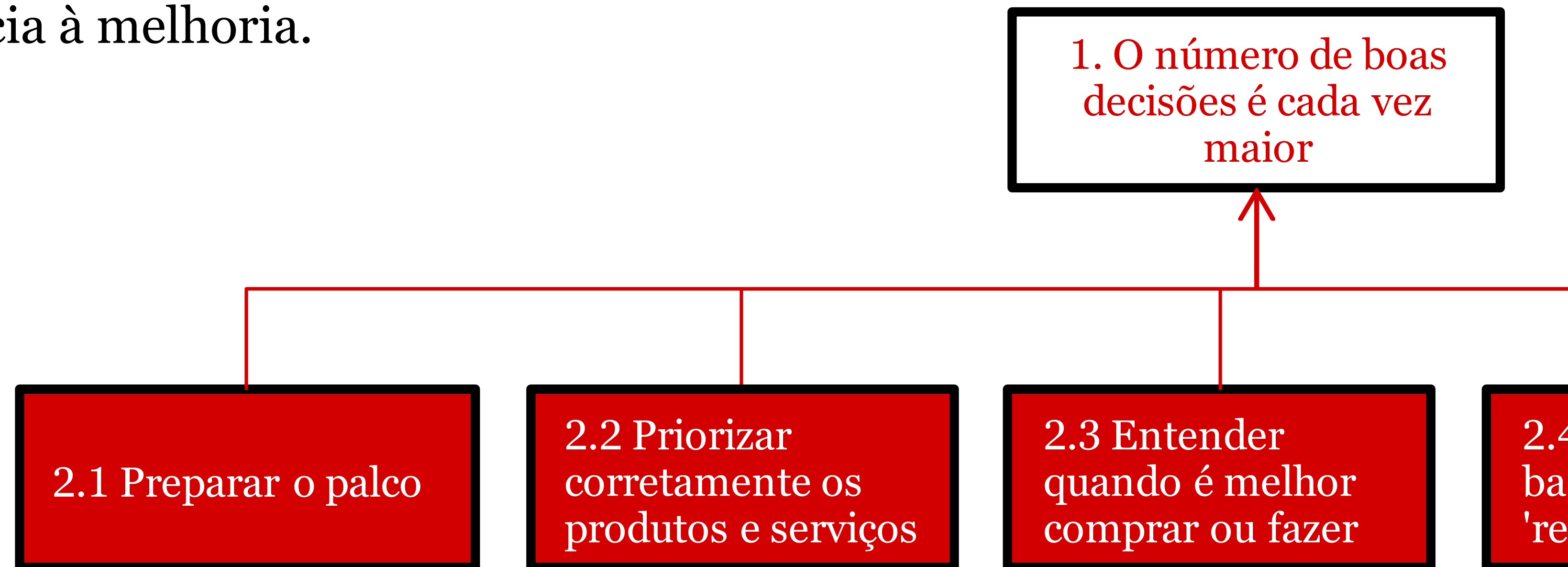
MACRO ATIVIDADES	SEMANA 1	SEMANA 4	SEMANA 8	SEMANA 12
1. Definição dos termos e condições com o Cliente*.				
2. Definição dos meios de suporte à iniciativa.				
3. Realização dos P ilotos de A celeração R ápida (PAR).				
4. Reuniões de coaching, follow-up e pontos de situação da iniciativa.				

- Cada PAR tem uma duração média de 2 dias.
- Cada PAR tem sempre uma componente de formação e uma implementação blitz do que foi acordado.
 - O líder (champion) da iniciativa é um Top Manager, que participa ativamente nos PAR.
- Os PAR estão profissionalmente documentados, para que o risco de insucesso seja mínimo.
 - A sequência de implementação da solução via PAR é um modelo testado e comprovado.

5. O PULO DO GATO

A implementação da solução segue uma estrutura e uma sequência específica de passos lógicos que permite ver as ‘pegadas’ das ações presentes e futuras. Explicita-se em cada caixa, o porquê de se querer tomar cada ação e numa sequência específica comunicando-se assim eficazmente toda a iniciativa à empresa, minimizando a resistência à melhoria.

A árvore de estratégia e tática (STT) DecisionMaking é ainda desdobrada em checklists standard que ajudam a responder se uma determinada ação (caixa) está ou não terminada.



Excerto de uma parte da STT.

6. RESULTADOS

- Forte alinhamento das pessoas no sentido *top-down* e *bottom-up*.
- Aumento do lucro líquido, menos investimentos e menos despesas operacionais.
- Melhoria e simplificação do processo de decisão (com maiores eficácias).
- Nova (e melhor) forma de pensar e de olhar para o negócio.
- Primeiros resultados ao fim de 1 mês.

7. PRESSUPOSTOS

- Nível elevado de maturidade dos participantes (reconhecimento de que a harmonia e alinhamento estão aquém das expectativas).
- TOP Manager é o primeiro a querer gastar o seu capital político para fazer as coisas avançar.
- As pessoas estão verdadeiramente interessadas em melhorar e participam nos PAR a tempo inteiro e, por vezes, por mais do que uma vez.

A qualidade de uma solução é diretamente proporcional à qualidade dos seus pressupostos.

