

CRISIS ®
STRATEGY.COM

ÍNDICE

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

1. PORQUÊ A STRATEGY.COM?

Strategy.Com é a solução que permite não só comunicar de forma exímia a estratégia da empresa, como detetar erros de raciocínio entre o que se pretende fazer e o que realmente é implementado. É sabido que qualquer um destes fatores tem um forte impacto tanto na qualidade da estratégia, como na própria velocidade a que ela é implementada.

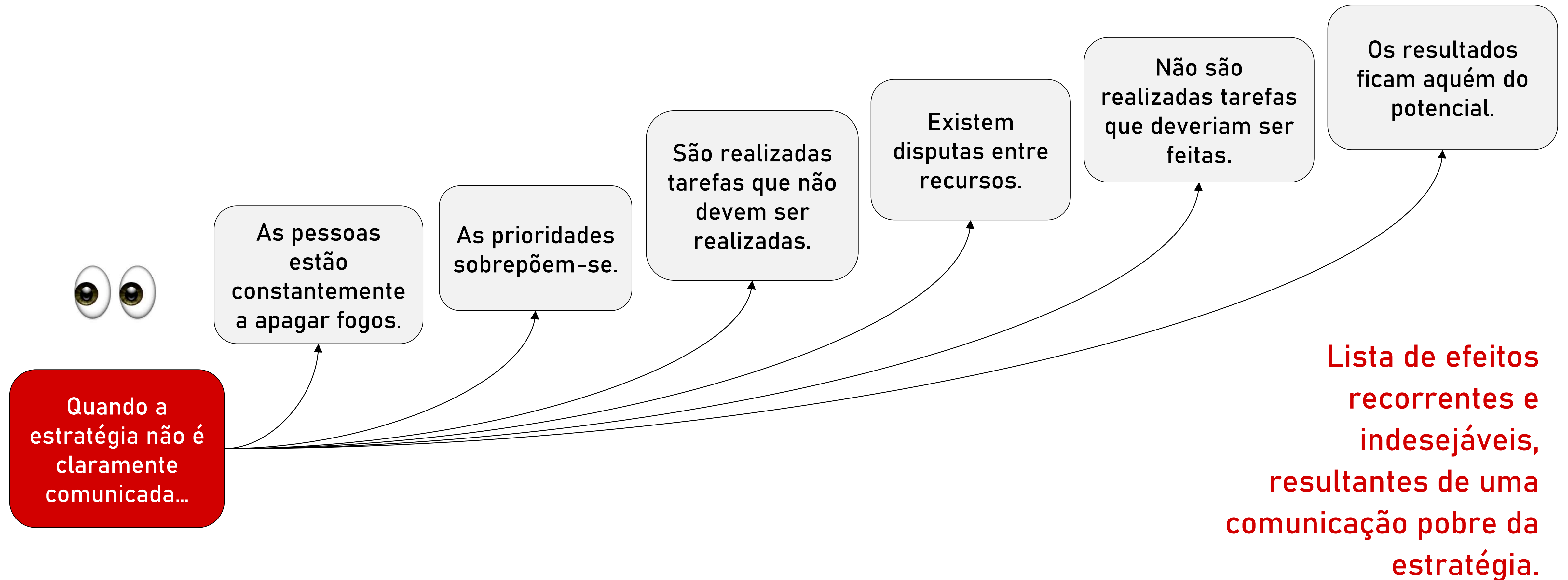
A solução Strategy.Com assenta no binómio ‘**boa estratégia, boa comunicação**’, algo que deve ser visto como peça fundamental de qualquer negócio saudável, seja em termos financeiros, seja em termos da harmonia e felicidade da própria equipa.

A solução Strategy.Com
baseia-se em ferramentas
de lógica e de causalidade -
algo de fundamental na
validação da nossa intuição
enquanto gestores.

2. O MERCADO-ALVO DA SOLUÇÃO STRATEGY.COM

- 🌀 (Especialmente) empresas com margem líquida inferior a 10%.
- 🌀 Empresas que precisam comunicar mais eficazmente a estratégia.
- 🌀 Empresas que precisam acelerar a implementação da estratégia ou a qualidade da sua implementação.
- 🌀 Empresas que precisam reduzir a recorrência dos (mesmos) problemas.
- 🌀 Pessoas que querem ganhar competências ao nível de um pensamento forte, lógico e rigoroso.

3. PROBLEMAS COMUNS ENDEREÇADOS PELA SOLUÇÃO STRATEGY.COM



4. CARACTERÍSTICAS DA SOLUÇÃO STRATEGY.COM

Fase I

A qualidade de uma estratégia é proporcional à qualidade dos pressupostos que alimentam a direção e as ações da estratégia. Para isso, as pessoas começam por receber treino em lógica e em relações de causa e efeito. Este conhecimento permitirá desenhar e comunicar a estratégia de uma forma muitíssimo mais eficaz, até à linha da frente. Cada um entenderá o porquê de cada ação a implementar. Segundo standards pré-definidos e usados na Strategy.Com sabemos que a velocidade de implementação da estratégia e o espírito de equipa sofrem um *boost* muito significativo. É ainda feito, por um tempo a definir, um coaching e acompanhamento às pessoas que receberam treino.

Fase II

Depois de se lançar a estratégia é preciso agora endereçar os motores de harmonia e reduzir o número de ‘fogos’ diários (entre outros fatores). Ou seja, é preciso fazer a ligação entre a estratégia e o papel de cada um e função dentro da empresa. É preciso deixar claro para todos as seguintes questões:

- Por que razão esta função é necessária para se atingir o objetivo global da empresa?
- O que é preciso atingir regularmente com esta função?
- Por que razão é necessário fazer certas tarefas para atingir a estratégia dessa função?
- Quais as principais tarefas onde o tempo é mais consumido?
- Por que pode haver ‘fogos’ abaixo desta função?

5. O PULO DO GATO

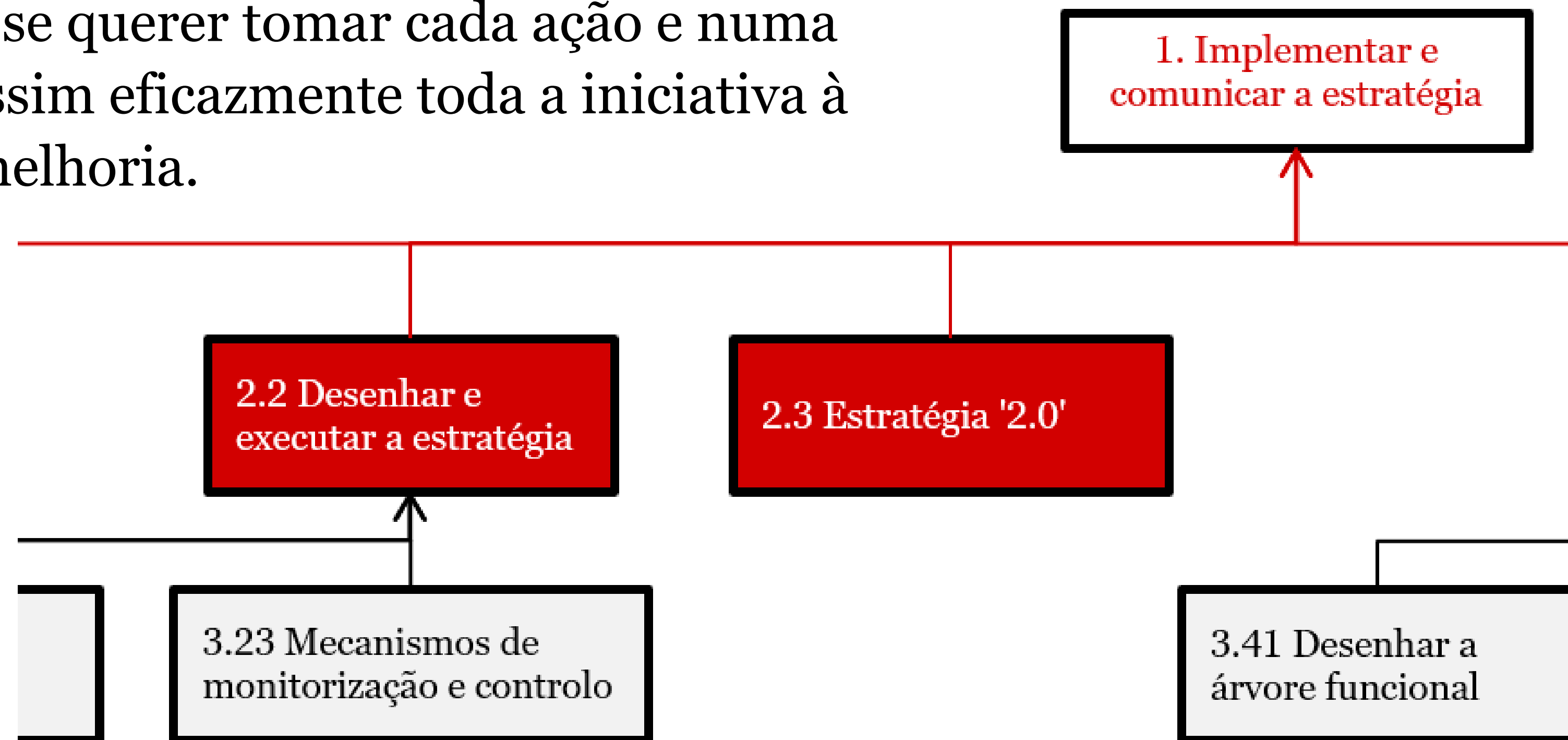
MACRO ATIVIDADES		MÊS 0	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3
1.	Definição dos meios de suporte à iniciativa (com diagnóstico).	➤			
2.	Realização dos P ilotos de A celeração R ápida (PAR).	➤➤	➤➤	➤➤	➤➤
3.	Reuniões de coaching, follow-up e pontos de situação da iniciativa.		➤➤	➤➤	➤➤

- A fase I e II é composta por 4 PAR, cada uma. Cada PAR tem uma duração aprox. 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) Strategy.Com 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*.
- Aceleração da implementação da estratégia.
- Mais tempo libertado (menos fogos).
- Melhoria significativa na comunicação e no porquê das coisas – pessoas mais felizes.
- Boa assimilação de uma nova 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.

