



Criatividade e Inovação

Houve um tempo em que se via a criatividade como resultante de algum tipo de magia ou fruto da inspiração de uma musa.

Depois passou a ser vista como um dom, um presente divino a alguns eleitos. Esta percepção infelizmente ainda prospera nos nossos dias.

Nos anos 60, a criatividade passou a ser considerada como um potencial bloqueado, algo que todos possuíam e que a sociedade ou a escola ou a família castrou.

Os anos 90 um enfoque holístico uma combinatória de todas as crenças anteriores com uma cuidadosa análise das circunstâncias e com o respeito às diferenças individuais.

Mas o que é criatividade afinal?

Os conceitos são numerosos. Há abordagens psicológicas, sociológicas e até místicas. Sob o ponto de vista das pessoas nas organizações, a criatividade pode ser vista como uma habilidade. Quem está voltado para resultados pode vê-la como instrumento. De qualquer forma “criatividade é o que traz algo novo, sejam percepções alternativas comportamentos e idéias.”

Muito tem se falado hoje em dia sobre a condição de excelência de empresas inovadoras. A 3M tem renome mundial graças ao estímulo que dá aos funcionários para dedicarem algumas horas de seu trabalho à atividade criativa.

Quem não conhece a histórias como a da invenção do post-it, a Microsoft e muitos outros exemplos.

O que fazem estas empresas senão utilizar o potencial criativo das pessoas que trabalham para elas? Podemos então dizer que:

Criatividade implica geração de novas ideias e abordagens.

Inovação refere-se ao processo de implementação de ideias criativas que levam a resultados práticos (conceitos estabelecidos por Kao, 1992)

A bibliografia que fala de criatividade e inovação no meio organizacional sempre está recheada com exemplos de sucesso estrondoso, de resultados financeiros monstruosos. Isto contribui para aumentar o estigma de que não somos criativos nem inovadores.

Se criatividade é uma habilidade e pode, portanto, ser estimulada e desenvolvida, e se inovação é a implementação de ideias criativa, somos capazes de atuar no cotidiano de maneira criativa e inovadora, gerando aprimoramento no nosso trabalho e em nossas relações, tornando melhores nossa vida e a dos nossos clientes.

As percepções são produto do cérebro. Tudo o que o cérebro do cliente vê, sente ou ouve tem diferentes interpretações. Imaginação é o reverso de percepção.

O grande desafio é saber como é que o cérebro transforma as percepções em ações novas. Faça de cada dia uma experiência nova. O que aprender? O que mudar? Em que melhorar? O talento gosta de ambiente criativo.

A solução é proporcionar ao cérebro do cliente soluções efetivas daquelas às quais ele está habituado. Faça-o sentir-se como nunca se sentiu antes. Faça-o enxergar além. Explore.

Torne-se inesquecível para o cliente. Como? Relacionando-se com ele. Quando você descobre o que é importante para ele, você torna-se importante.

Crie o seu rótulo de diferenciação. Saia da média. Crie-se: veja, ouça, sinta e atue de forma diferenciada.

Criar é surpreender.

Criar é atrair a atenção.

Criar é atitude é sensibilização.

Criar é despertar a ideia adormecida.

Segundo João Alberto Catalão, há uma tríplice da criatividade em vendas:

- 1. Só poderá ser criativo em vendas quem, possuir uma atitude resiliente.**
- 2. Só poderá ser criativo em vendas quem souber que falha 100% daquilo que não faz.**
- 3. Só poderá ser criativo em vendas quem perceber que, se tudo tem um preço, tudo deve possuir um valor**

Que tal começar agora. Utilize os recursos que você dispõe. Tenha coragem para começar a mudança dentro de você.

Utilize novos argumentos – conheça mais o produto, estude mais.

Saiba onde quer chegar – estabeleça qual é o seu projeto de vida.

Comece a enxergar diferente – examine minuciosamente, veja o que os outros não conseguem, amplie sua visão.

Não acredite que tudo que é preciso já foi feito – há sempre o que ser melhorado.

Busque soluções para problemas – se não for feito algo diferente, as coisas continuarão do mesmo jeito.

Ouçã – crescemos mais quando falamos menos do que ouvimos.

Desperte o potencial criativo que tem, gerando mudanças significativas no meio em que vive. Se você pensa e atua, você faz acontecer.

Permita-se CRIAR. Permita-se INOVAR.

Adaptado do Manual de Treinamento e Desenvolvimento, Editora ABTD .
Adaptado do material disponibilizado na ExpoVendaMais 2009

Edgleide Rabelo
crescer.consultoriarh@hotmail.com
edgleiderabelo@hotmail.com