

Artículo escrito por Javier Sastre, de Sastre y Asociados.

Steve Jobs tuvo un increíble tramo final de su carrera como innovador reiterado de megaéxitos de ventas que han cambiado para siempre categorías enteras de productos. Parece que acertó a tocar de forma sistemática todas las teclas adecuadas para que esto ocurriera.

Estas son las notas que he tomado de una presentación que hizo el especialista en comunicación empresarial Carmine Gallo acerca de lo que denominó los 7 secretos de la innovación de Steve Jobs, durante el evento LeWeb (París 2011) que agrupa a emprendedores, inversores, visionarios, etc del ecosistema internacional de Internet (aquí el vídeo de la presentación)

Principio 1: Haz lo que AMAS

La pasión lo es todo. ¿En qué estás apasionado?

A nosotros, en nuestra empresa Sastre & Asociados, nos encanta saber cada día más sobre innovación y estrategia empresarial. Sobre empresas que destacan y sobresalen. Sobre cómo conseguir que nuestros clientes tengan más éxito.

Principio 2: Hazte un hueco en el UNIVERSO

Ten una visión. Audaz, sencilla y concisa. ¿Cuál es tu visión?

Nosotros soñamos con ser los mejores expertos en innovación y globalización. Seguramente te preguntas qué entendemos por globalización: para nosotros, en el contexto empresarial, consiste en ayudar a las empresas a estar preparadas para competir en un mundo que es cada vez más dinámico y global.

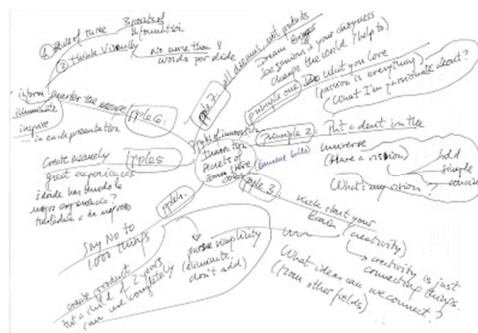
Por cierto, para nosotros innovar es hacer cosas nuevas que aportan a sus usuarios un valor superior al de las alternativas existentes.

Principio 3: Pon en marcha tu CEREBRO (creativo)

La creatividad va sobre conectar cosas. Cosas dispersas geográfica o conceptualmente: de distintos lugares o diferentes industrias. Cosas que hiciste hace tiempo y otras que haces ahora...

¿Qué ideas puedes conectar (de otra época o de otros campos)?

Pensamos que esta es una de las mejores maneras de innovar: utilizar las analogías. A nosotros nos funciona increíblemente bien: tomar tendencias o casos innovadores de otros sectores y trasladarlos al sector que estemos trabajando. Lógicamente no se puede hacer un traspaso literal, pero casi siempre se puede encontrar la manera de trasladar el concepto. Y ver qué es lo que ocurre;)



Principio 4: Dí no a 1.000 cosas

Persigue la simplicidad. Elimina, no añadas. Crea productos que un niño de 2 años pueda usar...

¿Qué cosas puedes eliminar de tus productos y servicios?

En eso nos esforzamos todos los días: qué podemos eliminar de nuestros servicios, sintetizándolos al máximo, para que, sin perder valor, resulten perfectamente asequibles - en coste y dificultad - para nuestros clientes, facilitando además unos resultados lo más rápidos posible.

Por ejemplo, en este momento estamos trabajando en cómo lograr que, una vez planificados los proyectos de consultoría para los clientes, las implantaciones resulten mucho más rápidas y seguras. Esto es parte de nuestra I+D. ¡Y sí, también hacemos I+D las empresas de servicios!

Principio 5: Crea EXPERIENCIAS increíbles

Se superaron los tiempos del producto aumentado y el servicio que nos decía el marketing más tradicional. Si hoy quieres aportar valor, tienes que ofrecer experiencias increíbles.

Aquí puedes ver un elocuente gráfico que hemos elaborado sobre la evolución de la creación de valor en un sector tan poco tecnológico como el café.



¿Dónde has tenido la mejor experiencia como consumidor o cliente? ¿Cómo puedes trasladarla a tu negocio?

La verdad es que una de las mejores experiencias personales de producto la hemos tenido con el propio iPhone de Apple. Nos ha convertido en vendedores sin sueldo de Apple. Y experiencias de servicio, en el Genius Bar de las tiendas Apple. Un concepto a desmenuzar y estudiar cómo aplicar en muchísimos comercios.

Principio 6: Domina el MENSAJE

Informa. Ilumina. Inspira... en cada presentación (anuncio presentación Macintosh en 1984).

Dos puntos clave para ello:

- 1) La regla del 3: tus presentaciones solo tendrán 3 puntos clave
- 2) Piensa visualmente: no más de 4 palabras por diapositiva

¿Resultas inspirador en tus presentaciones? ¿Sigues la regla del 3 y la del pensamiento visual?

Nosotros lo intentamos en cada presentación, es nuestro mantra...pero qué difícil resulta a veces. Como decía Winston Churchill: un discurso de dos horas tardo cinco minutos en prepararlo, pero uno de dos minutos tardo horas en hacerlo.

A día de hoy, nosotros nos obligamos a valorar en todas las presentaciones que realizamos si tenemos un nivel adecuado en cada uno de estos aspectos: historias que contar, videos a mostrar, imágenes, música (no siempre se puede utilizar), juegos y participación de los oyentes...y, por supuesto, productividad (los mensajes clave; y si son solo 3, mejor!)

Principio 7: Vende SUEÑOS, no productos

Sueña más y hazlo en grande. Ve el genio en la locura. Ayuda a cambiar el mundo. "Think different" (anuncio campaña Apple 1997)

¿Qué sueños vendes a tus clientes?

A nosotros nos gusta pensar que vendemos a nuestros clientes negocios con futuro e ilusionantes para todo su equipo y sus propietarios, en empresas que desarrollan un fuerte componente innovador en absolutamente todo lo que hacen: desde la forma en que organizan sus reuniones a la forma como venden sus productos.

Sencillo, ¿verdad? Jejeje

Quizá no tanto, pero seguro que hay que intentarlo, porque apasionante y prometedor sí que resulta un rato largo.