



## **Como Crescer em Mercados Estagnados** **Adrian Slywotzky e Richard Wise** **Ed. Campus**

Em um mundo de saturação de produtos e mercados em crise, será que sua empresa consegue atingir um crescimento de dois dígitos?

**Como Crescer em Mercados Estagnados** revela o segredo dos maiores sucessos de negócios em um ambiente econômico fortemente desfavorável.

Utilizando a nova dinâmica estratégica denominada “inovação de demanda”, Slywotzky e Wise explicam, valendo-se de vários estudos de caso como Virgin, GE Medical e John Deere, como ela pode ser adaptada por qualquer empresa, em qualquer setor, para fazer crescer os lucros.

A inovação de demanda consiste em reconhecer as oportunidades que cercam um produto ou serviço em vez de simplesmente melhorá-los. Perguntas como “onde os clientes gastam mais tempo e dinheiro em áreas relacionadas a do produto ou serviço crítico?” e “como ajudar a melhorar as operações, reduzindo custos e aumentando as receitas?” viram mantras obsessivos em toda a organização, conduzindo a excepcionais oportunidades de crescimento para mercados B2B e de consumo.

Produto da sinergia organizacional e intelectual da Mercer Consulting ([www.mercer.com](http://www.mercer.com)), uma das 10 maiores empresas de consultoria do mundo, o livro nasceu da experiência obtida pelos consultores da empresa no trabalho diário com seus clientes, trazendo à tona táticas que vão além das tradicionais para explorar a dinâmica subjacente que torna o crescimento um desafio tão grande no ambiente atual.

Na Parte Um: Uma Forma Diferente de Crescer, a crise do crescimento é abordada pelo viés da desconsideração dos ativos ocultos capazes de transformar uma boa oportunidade em uma ótima oportunidade.

Na Parte Dois: Os Inovadores da Demanda, a estratégia da inovação de demanda é minuciosamente detalhada, mostrando que a saída é levar a inovação à condição de obra de arte que todos apreciem, mas sempre com foco do cliente.

A Parte Três: Fazendo o Lucro Acontecer no Mundo Real, aborda os prejuízos ocultos e qual é o papel da gerência intermediária como catalisadora do crescimento e o da alta direção para criar um sistema operacional para crescer.

A Parte Quatro: Oportunidades na Fronteira do Crescimento explica como decifrar a economia dos clientes, procurando o que realmente é valor para eles.

A Parte Cinco: Como Começar é um guia passo-a-passo para orientar os gestores na implementação da metodologia proposta no livro ([www.demandinnovation.com](http://www.demandinnovation.com)), incluindo dicas sobre técnicas e ferramentas para criar um plano de ação para crescer.

Com muitos cases de sucesso, idéias sobre como explorar os valores e ativos ocultos das empresas, Como Crescer em Mercados Estagnados pode fornecer *insights* poderosos, de grande praticidade, para impulsionar o crescimento.