

Disrupt Yourself: Putting the Power of Disruptive Innovation to Work – Whitney Johnson

Che vantaggio ne ricavo? Preparatevi a fare una disruption di voi stessi!

L'industria tecnologica è uno dei settori più innovativi del mondo – le cose sono sempre in continuo cambiamento. Un giorno un'impresa può essere felicemente leader di mercato e un momento dopo, un piccolo competitor con un nuovo prodotto può cogliere di sorpresa l'impresa e appropriarsi di una buona fetta di mercato. Considerate ad esempio Nokia quando era leader indiscusso dei dispositivi cellulari. Dove si trovano oggi?

Il motore che guida l'innovazione è la disruption. Imprese grandi e piccole sono alla ricerca costante di nuovi modi e nuove tecnologie per fare le attività in modo da sbaragliare la competizione.

La disruption non deve limitarsi alle sole imprese, potete infatti anche rivoluzionare voi stessi ottenendo il successo che cercate.

Inoltre troverete altri spunti e scoprirete:

- Come un avvocato è stato promosso partner in seguito a una piccola disruption;
- Quale mancanza ha in comune il 72% di nuovi business di successi;
- Come fare un passo indietro possa essere la chiave di volta di una disruption di successo.

Ci sono molti tipi di rischi: alcuni però sono più importanti di altri

Avete mai considerato di fare skydiving? Forse vi è capitato di vedere un video su YouTube e pensare che sembrava una cosa divertente. Ma prima di fare il salto e provarlo, è importante fare qualche ricerca e avere consapevolezza della tipologia dei rischi che vi state assumendo. La stessa filosofia è da applicare quando si decide di entrare nel mondo del business.

Se state pensando di fare una mossa di business rischiosa, è importante distinguere fra rischio competitivo e rischio di mercato.

Che cosa rende un rischio competitivo? Dunque immaginiamo di avere un'idea brillante per un prodotto, che è stato testato in vari studi e sembra avere il potenziale per un grande successo. Ma allo stesso tempo siete piuttosto sicuri che prodotti simili sono stati sviluppati da altre imprese che hanno piena consapevolezza della domanda.

Andando avanti con questo scenario potete comprendere quali sono i rischi competitivi, in quanto vi state confrontando e scontrando con gli altri.

Un rischio di mercato invece è quando avete un'idea unica per un nuovo prodotto o servizio ma siete incerti sulle sue possibilità di successo.

Nel secondo scenario non sapete se la vostra idea riuscirà a generare ricavi per la vostra impresa, ma siete certi che vi darà un vantaggio competitivo.

Sebbene il rischio competitivo rappresenti la via più sicura, poiché la domanda di mercato per il prodotto è certa, affrontare il rischio di mercato è di solito l'opzione migliore per dar seguito a una vera e propria disruption.

Infatti molti studi dimostrano che le start-up se la cavano meglio quando si assumono il rischio di mercato.

Nel 1995 il Professor Clayton Christensen della Harvard Business School ha condotto uno studio sul mercato dei computer. Ha determinato che due tipi di imprese di disc driver sono emerse tra il 1976 e il 1993, assumendo rischi competitivi o di mercato.

Tra queste imprese considerate è emerso che solo il 6% di quelle che hanno assunto rischi competitivi hanno raggiunto i 100 milioni di marchi di fatturato, mentre il 37% di quelle soggette a rischio di mercato hanno superato i 100 milioni di marchi.

Per avere successo identifica i tuoi punti di forza distintivi e utilizzali per soddisfare i bisogni ancora non soddisfatti degli individui

Ognuno di noi ha un punto di forza che lo contraddistingue e lo fa emergere. Persino il tenero e apparentemente pigro koala ha l'abilità unica di digerire le foglie velenose di eucalipto, che nessun altro animale riesce a mangiare.

Per avere successo in un mondo così competitivo, è necessario identificare e sviluppare i propri punti di forza distintivi.

Per capire come usare le vostre uniche abilità come vantaggio competitivo, prendiamo come esempio il film Amore, cucina e curry del 2014.

Nel film la famiglia indiana è forzata a fuggire durante delle insurrezioni politiche a Mumbai. La famiglia cerca rifugio in Europa e arriva in un piccolo paese della Francia in cui rileva un ristorante malmesso.

Hassan, il talentuoso figlio, è un esperto della cucina indiana, ma gli abitanti del paese mostrano delle resistenze verso il nuovo ristorante e sono scettici verso la cucina esotica. Ma il vicino di casa francese prende sotto la sua ala protettiva Hassan e gli insegna l'arte della cucina francese.

Da quel momento in avanti Hassan ha la capacità unica di fondere i sapori della cucina francese con le spezie indiane e una volta che riesce a trasferire questa abilità distintiva nel suo lavoro, il ristorante inizia a riscuotere un grandissimo successo.

Il nuovo modo di cucinare di Hassan ha aperto un mercato ancora non sfruttato e, allo stesso modo, voi avete bisogno di indirizzare i vostri punti di forza verso un bisogno non soddisfatto della gente.

Ad esempio, quando Jayne Juvan iniziò a lavorare nello studio legale Roetzel & Andreas a Cleveland in Ohio, lei era una giovane avvocatessa in un mondo maschile tradizionale e conservatore. Per provare se stessa ebbe bisogno di cogliere delle opportunità del mercato fino a quel momento inesplorate.

Si guardò intorno e vide che solo poche persone usavano i social network, dunque Juvan cominciò a fare pubblicità dei servizi dello Studio su Twitter e Facebook e in poco tempo riuscì ad assicurarsi importanti clienti.

Grazie all'abilità di comprendere il mondo intorno a sé e coglierne le mancanze, i capi di Juvan decisero di farla diventare partner alla giovane età di 32 anni.

Puoi trasformare il poco denaro e l'esperienza in grandi fonti di motivazione

Se anche voi avete guardato le migliaia di opzioni su Netflix e non siete stati in grado di scegliere qualcosa da guardare, non siete soli. Quando si tratta di decisioni - nella vita e negli affari – a volte le limitazioni possono essere una buona cosa.

In effetti, avere una quantità limitata di denaro può forzare le aziende a diventare creative.

Il gestore immobiliare Nick Jekogian lo sa bene. Inizialmente, quando il budget era contenuto, gli affari prosperavano.

Durante questo periodo, i dipendenti sapevano che l'azienda non poteva permettersi errori, quindi hanno lavorato tanto e si sono sforzati in termini di qualità.

Più tardi, nel 2007, la società prosperava e non aveva più problemi di budget. A questo punto, il focus è stato perso e la compagnia si è ritrovata in una fase discendente.

L'esperienza di Jekogian non è un'anomalia. In uno studio del 2007 della rivista Entrepreneur, il 72% delle nuove imprese di maggior successo non ha accesso a denaro da investitori privati o prestiti bancari.

E sebbene sia difficile da credere, un'esperienza limitata in un dato campo può anche portare al successo.

Athelia Woolley LeSueur era esperta nel campo di relazioni internazionali, ma ha dovuto rinunciare a questa carriera a causa di problemi di salute. Fu allora che decise di avventurarsi nel mondo sconosciuto della moda.

LeSueur ha lanciato un negozio di abbigliamento online chiamato Shabby Apple, e la sua mancanza di esperienza in realtà è stata la chiave del suo successo: non avendo familiarità con le consuete pratiche di assunzione di rappresentanti e costosi grossisti, ha saltato tutti questi passi risparmiandosi molte spese e problemi.

I suddetti partner commerciali sono spesso inutili e le negoziazioni da affrontare per assicurarvi i loro servizi spesso non valgono la pena.

LeSueur ha fatto carriera da sola e oggi la sua compagnia vale \$ 47,5 milioni.

Le convinzioni culturali e intellettuali sono i veri ostacoli dell'innovazione e della leadership

Se hai passato del tempo nel mondo degli affari, potresti aver incontrato un capo che è circondato da yes-men, ossia persone che non osano sfidare le idee del capo e sono sempre accondiscendenti. Questo tipo di comportamento può essere mortale se stai cercando di fare una disruption.

Per rivoluzionare lo status quo, devi scoprire nuove idee e nuove persone, e questo non accadrà se sei vittima delle convenzioni culturali.

È naturale che gli esseri umani si avvicinino a persone simili; se con le persone intorno a te condividi cultura valori e visione, le tue idee saranno più facilmente comprese e apprezzate. Ma questo può anche portare a una sensazione di legittima superiorità rispetto a altre culture e altri modi di vivere.

Una ricerca indica che stare all'interno della propria cerchia sociale può renderti meno innovativo.

La Kellogg School of Management ha esaminato tutte le ricerche scientifiche pubblicate tra il 1990 e il 2000.

I paper sono stati giudicati di successo o meno utilizzando come criterio la frequenza con cui il paper era citato in altri documenti accademici.

Hanno scoperto che i paper di maggior successo erano quelli con una maggioranza di fonti accademiche affermate e in piccola quantità - dal 10 al 15 per cento - di fonti alternative e insolite. Ciò significa che gli autori di maggior successo hanno cercato oltre la loro cerchia riconosciuta di amici accademici anche alcune voci uniche e non convenzionali per l'ispirazione.

Un'altra trappola è rappresentata dalle convinzioni intellettuali, che possono impedire a un buon leader di prestare la giusta attenzione alle voci di dissenso.

Questo succede quando i leader sono così convinti della propria superiorità intellettuale che non sentono il bisogno di ascoltare gli altri.

Brooksley Born, che è stato presidente della Commodity Futures Trading Commission statunitense prima della crisi finanziaria del 2008, sa cosa si prova ad essere ignorato.

Ha ripetutamente sottolineato la necessità di avere dei regolamenti nel mercato dei derivati. Ma il presidente della Federal Reserve, Alan Greenspan e il segretario al Tesoro, Larry Summers, si sentivano legittimati dalla loro notevole esperienza ad ignorare le sue preoccupazioni.

Sapere il momento giusto per fare una mossa è cruciale per la carriera, ma questo tipo di decisione non dovrebbe essere preso alla leggera

Se vi è capitato di guardare i tuffatori olimpici, saprete quanta abilità sia prevista per evitare di colpire l'acqua con una tragica panciata. Dunque, ci vuole altrettanto equilibrio e controllo per eseguire con successo una delle mosse più importanti nel mondo del lavoro: dimettersi.

È fondamentale sapere quando fare un passo indietro per raggiungere il successo.

Carine Clark lo ha capito quando come senior manager di prodotti online presso la società di software Novell, ha lanciato la sensazionale campagna di marketing da 80 milioni di dollari: sentiva di aver realizzato tutto quello che aveva deciso di fare, quindi ha deciso di dimettersi e ricominciare tutto daccapo.

Clark si è unita ad Altiris, una piccola start-up che offriva una piattaforma per le attività di IT e il suo tempismo non poteva essere migliore: alcuni anni dopo, nel 2007, Altiris è stata acquisita dalla società di software da 6 miliardi di dollari Symantec, e Clark è diventata CEO della nuova società.

Anche nel caso in cui siate costretti contro la vostra volontà a dimettervi, potrebbe ancora risultare una buona cosa.

Nel 2009, Clark ha dovuto dimettersi dopo che le è stato diagnosticato un cancro al seno. Questo le ha fatto passare diversi anni fuori dal mondo del business, e quando si è rimessa ha deciso che era tempo per un altro nuovo inizio.

Nel 2012, Clark ha creato da zero la sua piccola società di software, che è stata acquisita da MaritzCX nel 2015. Di nuovo, lei è stata messa a capo della nuova società.

La storia di successo di Carine Clark mostra quanto possa essere importante continuare a intraprendere nuove sfide con se stessi e riconoscere quando è il momento di ricominciare da zero e provare a fare qualcosa di nuovo.

Quando riuscite a comprendere chiaramente la situazione in cui vi trovate, potete prendere le giuste decisioni aziendali, assumervi i giusti rischi e, come Clark, diventare un business leader rispettato.

Le persone intelligenti sono spesso particolarmente spaventate dal fallimento, ma il fallimento è cruciale per raggiungere il successo

Può essere frustrante vedere gli altri bambini non avere problemi a scuola mentre tu devi lottare solo per ottenere un voto accettabile. Ma tutto questo duro lavoro può davvero darti un vantaggio. Dopotutto, tutti si dovranno confrontare con una battuta d'arresto, e ci vorrà molto lavoro per rimettersi in piedi.

Possiamo vederlo negli studi condotti dagli specialisti dell'infanzia Carol Dweck e Claudia Mueller, che hanno esplorato come il livello di elogi possa influire sul nostro livello di resilienza. Innanzitutto, hanno dato a un gruppo di alunni di quinta elementare alcuni problemi facili da risolvere. Dopo che hanno finito con successo, è stato detto a un gruppo quanto fosse intelligente, mentre l'altro era elogiato per il suo duro lavoro.

Poi è arrivato il secondo turno: sono stati dati a tutti problemi molto difficili che nessuno è riuscito a risolvere. Alla fine, nel terzo round, sono stati dati ai bambini ancora una volta problemi facili da risolvere.

Alla fine, i bambini "intelligenti" hanno fatto peggio del 25% nel terzo turno rispetto al primo turno, mentre i bambini elogiati per il duro lavoro hanno mostrato un miglioramento del 25% nel terzo round.

Questo ci mostra che il tipo sbagliato di incoraggiamento può in realtà indurre le persone più facilmente in errore.

Ai bambini dovrebbe essere insegnato che, finché lavorano sodo, va bene fallire.

In effetti, si può imparare molto dal fallimento, che può condurre verso il successo futuro.

L'imprenditore Nate Quigley voleva creare uno spinoff da Facebook chiamato FolkStory, che fungeva da blog per l'intera famiglia. Ma non è mai decollato.

Successivamente la sua squadra ha avuto l'idea di JustFamily, che permette alle famiglie di raccogliere e condividere le proprie foto su cloud. Anche questo è fallito.

Tuttavia, non hanno mollato, coinvolgendo gli utenti target per scoprire cosa sarebbe potuto funzionare e, infine, sono arrivati a creare Chatbooks, un servizio che prende le foto e le storie dai social media dei vari membri della famiglia in modo che possano essere tutti stampati con cura in un libro. A differenza delle precedenti iniziative, Chatbooks è stato un enorme successo.

Le carriere di maggior successo sono guidate da uno spirito di continua scoperta e le aziende di maggior successo sono guidate dalla flessibilità

Ogni tanto capita di incontrare qualcuno che sapeva già da molto giovane cosa voleva fare da grande. Tali storie offrono una certa soddisfazione - ma non siate frustrati se state ancora cercando la vostra vocazione.

Le persone di maggior successo sono in realtà guidate da uno spirito irrequieto di curiosità.

Linda Descano è una di queste persone. Ha iniziato come studente di geologia alla Texas University, e poi ha ottenuto un lavoro come consulente ambientale. Ciò l'ha portata a lavorare come consulente legale e a diventare una testimone esperta.

Poi è entrata nel settore legale di Citibank, dove si è occupata della stima dei potenziali rischi ambientali. Poi ha lavorato per una società di gestione patrimoniale prima di passare ad essere una lifestyle blogger per Citigroup.

Va notato come Descano non abbia progettato nessuna di queste mosse di carriera. Piuttosto, è rimasta curiosa e desiderosa di scoprire nuovi campi di lavoro, e questo atteggiamento aperto verso le nuove sfide, ha convinto i suoi datori di lavoro che lei era pienamente capace di imparare qualsiasi nuovo compito.

La storia di Descano mostra l'importanza di essere flessibili e adattabile.

In effetti, una ricerca mostra che il 70 per cento di tutte le nuove aziende di successo finiscono con un prodotto o una strategia diversa da quelli con cui hanno iniziato.

Consideriamo Millennium Pharmaceuticals, per esempio. Hanno cominciato come azienda biochimica per il trattamento di malattie genetiche prima di capire che i trattamenti per altre malattie, come ad esempio il cancro, erano più importanti per la loro popolazione target.

A poco a poco, si sono spostati verso la ricerca e la valutazione di nuovi farmaci e, nel maggio 2003, Millennium ha prodotto un nuovo farmaco chiamato Velcade, un trattamento di successo per più mielomi, un cancro del sangue.

Questo è stato un risultato importante, e la società si è convinta a concentrarsi sui farmaci anti-cancro come prodotto principale da quel momento in avanti.

Quindi ricordatevi, la vita è piena di sorprese. Non scoraggiatevi se non finite dove pensavate che sareste stati. Potreste finire per fare cose che non avreste neanche sognato!

Final Summary

Il messaggio chiave di questo libro è:

Devi essere disruptive, sia nella tua vita professionale che in quella personale. Non aver paura di sfidare le idee relative a best practice e a strategie condivise.

E non aver paura di “pulire la lavagna” e ricominciare da zero! Se non sei sicuro di cosa vuoi fare, scopri quali sono i tuoi talenti unici e come potrebbero essere usati per contribuire allo sviluppo della società. E ricorda: non dimenticare di imparare dai tuoi fallimenti e continua a metterti alla prova.

Consiglio pratico:

Ascolta la tua voce interiore

Probabilmente hai un'intuizione interiore su ciò che potrebbe interessarti e quale potrebbe essere il tuo talento. Ma forse pensi che non sia redditizio. Non pensarlo. Segui la tua voce interiore e pensa a Susan Cain, una donna che voleva concentrarsi sul valore degli introversi nella società. È un buon modello di business? Potresti non pensarlo, ma Susan Cain ha finito per scrivere un libro best-seller e diventare l'amministratore delegato della rete di social media The Quiet Revolution.

Suggerimento per il prossimo libro: Disrupted di Dan Lyons

Disrupted (2016) sfida la cultura e le pratiche delle start-up tecnologiche con uno sguardo attento dietro le quinte della Società di software HubSpot di Boston. Dopo 25 anni come giornalista del settore tecnologico, Dan Lyons è stato licenziato da Newsweek e ha accettato un nuovo lavoro in una start-up. Il libro esplora il viaggio accidentato e umoristico di Lyons mentre cerca di navigare un nuovo mondo strano pieno di muri di caramelle e altre stranezze di HubSpottiness.