

DOM STRATEGY PARTNERS LISTA AS 50 EMPRESAS MAIS INOVADORAS EM RELACIONAMENTO

A Dom Strategy Partners, consultoria 100% nacional focada em estratégia corporativa, realizou uma pesquisa com as 441 maiores companhias do País em diferentes setores da economia para identificar as suas práticas mais inovadoras no relacionamento com o cliente.

O estudo detalha qual é o foco da inovação gerada pelas organizações, como é percebida pelo público, além da maneira que é traduzida em práticas e modelos de negócios. O resultado deu origem ao ranking “As 50 empresas mais inovadoras do Brasil em relacionamento com clientes”, que envolve 14 segmentos distintos.

No top 10 geral, a Apple lidera, com 9,08; seguido da Nespresso, com 9,07; Chili Beans, com 9,06; Hospital Albert Einstein, com 9,05; Banco do Brasil, com 9,04; Wine, com 9,03. A Netshoes, o Itaú Unibanco, a Cacau Show e a Multiplus aparecem na lista com a nota 9,02, respectivamente.

Para qualificar e tangibilizar o valor produzido pela inovação, sob a

ótica de seus usuários e clientes, a Dom Strategy Partners se baseou nas premissas de inovação apresentadas na metodologia IAM AIR - Adequação, Incremento e Ruptura.

O método, desenvolvido pela consultoria, combina a mensuração do valor e resultados potenciais das inovações em três dimensões, classificadas por Clayton Christensen, professor e autor do livro “O Dilema da Inovação”. São elas: Adequação, ou seja, as empresas buscam se equiparar aos padrões do mercado para simplesmente não serem passadas para trás; Incremento, quando criam vantagem competitiva, mirando novos nichos pouco explorados; e Ruptura, aquela em que uma empresa nova no mercado, ao invés de tentar vencer os concorrentes, muda as regras da competição de um determinado setor, abrindo novo caminho.

A pesquisa não se restringe ao conceito de inovação no que tange à tecnologia, porém considera esta frente como objeto de fortalecimento da empresa com os seus stakeholders. Segundo Daniel Domeneghetti, autor da

50 EMPRESAS MAIS INOVADORAS NO RELACIONAMENTO COM CLIENTES:

APPLE	9,08	
NESPRESSO	9,07	
CHILI BEANS	9,06	
HOSPITAL ALBERT EINSTEIN	9,05	
BANCO DO BRASIL	9,04	
WINE.COM.BR	9,03	
NETSHOES	9,02	
ITAÚ UNIBANCO	9,02	
CACAU SHOW	9,02	
MULTIPLUS	9,02	
O BOTICÁRIO	9,01	
WHIRPOOL	9,01	
NATURA	9,01	
BRADESCO	9,00	
BB MAPFRE	8,99	
COCA-COLA	8,97	
NESTLÉ	8,93	
P&G	8,88	
DILLETTO	8,84	
VIGOR	8,82	
AVIANCA	8,82	
OSKLEN	8,81	
AZUL	8,79	
HABIB'S	8,73	
BEAUTY'IN	8,71	
MUNDO VERDE	8,68	
BRIGADERIA	8,65	
BAUDUCCO	8,59	
ZARA	8,59	
PORTO SEGURO	8,59	
KOPENHAGEN	8,59	
STARBUCKS	8,49	
FIAT	8,39	
BRADESCO SEGUROS	8,23	
JOHNSON & JOHNSON	8,22	
CENTAURO	8,19	
URBAN REMEDY	8,14	
SUBWAY	8,14	
SARAIVA	8,13	
HOSPITAL SÍRIO LIBANÊS	8,13	
NIKE	8,12	
SULAMÉRICA	8,11	
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	8,11	
UOL	8,06	
DPASCHOAL	8,04	
NETFLIX	8,04	
CHAMMA DA AMAZONIA	8,02	
GOOGLE	8,00	
JBS FRIBOI	7,99	
SANTANDER	7,99	

pesquisa e CEO da Dom Strategy Partners, em tempo de crise uma boa ideia não é suficiente. “Ela precisa criar valor - intangível e tangível - para que possa ser comercializada e, assim, ser considerada uma inovação. Este é o conceito central que distingue a inovação da invenção e investigação científica”, explica Domeneghetti.

A partir de um recorte inicial entre as companhias que possuam maior interação com cliente, a consultoria refinou critérios para compor o ranking das empresas mais inovadoras, tais como oferta de produtos e serviços inovadores, interatividade no ponto de contato com o cliente, colaboração e interação on-line com clientes, disponibilização de formatos e modelos de atendimento, qualidade da gestão do relacionamento com o cliente e experiência de marca durante o consumo.

Desse levantamento, saíram as 50 empresas mais bem pontuadas. Conforme indica o estudo, os setores bens de consumo não duráveis - em que estão listadas diversas fabricantes - e o varejo são os que mais se destacaram como inovadores. O grupo de empresas mais bem classificadas, com notas acima de nove, possui estratégia planejada de inovação a partir da percepção, avaliação e recomendação de seus consumidores.

O estudo avaliou as empresas entre os meses de maio e agosto deste ano por meio de uma pesquisa com mais de 2, 5 mil consumidores e informações primárias, tais como releases, relatórios e informações para investidores, e secundárias, que incluem notas, reportagens, matérias, estudos e pesquisas públicas nos últimos 12 meses. ■



CEO da Dom Strategy Partners, Daniel Domeneghetti