

específico e são um pouco mais difíceis de se avaliar. Alguns exemplos: desenvolvimento de uma estampa para camiseta ou logomarca para uma empresa. Já as atividades mais complexas, que necessitam de habilidades específicas e difíceis de se avaliar são denominadas, de acordo com Rouse [12], como "tarefas sofisticadas" ou de complexidade alta. Estas, já dependem muito mais de conhecimento por parte de quem resolve o problema, muito deste conhecimento sendo tácito, e da sensibilidade e perspicácia da organização na hora da avaliação da solução. É nesta categoria que o desenvolvimento de novos produtos se encaixa.

Princípios Heurísticos das Estratégias de Crowdsourcing

Visão Geral

O processo de crowdsourcing consiste em primeiro elaborar uma tarefa para que a multidão proponha soluções e ideias para o que foi proposto. Brabham [3] defende que a boa prática do crowdsourcing já começa nesta elaboração da tarefa. O mesmo autor aponta nove princípios norteadores para a elaboração de uma tarefa e o crescimento de uma comunidade no crowdsourcing:

- 1) definição clara do problema e comunicar as soluções que são esperadas;
- 2) determinar o nível de comprometimento da empresa com os resultados obtidos, no sentido de explicitar o tipo de solução que será produzido e porquê;
- 3) entender a motivação para a participação dos usuários;
- 4) investir em um site ou plataforma que é utilizável, interessante e bem concebido;
- 5) ter um plano promocional e um plano para o crescimento da comunidade;
- 6) ser honesto, transparente e ágil;
- 7) não controlar o comportamento da multidão, pois ela não está sendo consultada para realizar os objetivos organizacionais e sim convidada a se envolver no processo de desenvolvimento de produtos;
- 8) reconhecer os usuários com as premiações que lhe foram prometidas; e
- 9) avaliar o projeto sob vários ângulos, solicitando sempre o feedback dos participantes.

Estes passos, dentro de uma plataforma de crowdsourcing, podem definir uma boa prática, mas é preciso entender os fatores que motivam estes participantes ou saber o que a empresa busca com esta nova prática.

Fatores Chave para Envolver a Multidão no Crowdsourcing

Alguns procedimentos devem ser levados em conta quando uma empresa tem intenção de desenvolver novos produtos via crowdsourcing. O primeiro deles, de acordo com Djelassi e Decoopman [10] é entender que o modelo de negócio que usa o crowdsourcing é baseado nas interações entre a empresa e seus clientes e/ou futuros desenvolvedores. O principal desafio para a empresa que quer implementar isto é como facilitar estas interações. Ainda de acordo com Djelassi e Decoopman [10], empresas cuja cultura não é baseada na proximidade dos clientes devem primeiro escolher uma operação de crowdsourcing que se encaixa em suas estruturas e atividades. Para estas empresas é mais recomendável trabalhar inicialmente em operações seletivas e a partir de mobilizações organizacionais internas se adequar investindo em operações integrativas.

O número de contribuições, de acordo com estudo em plataformas de crowdsourcing de Frey et al. [13], está diretamente associado à diversidade de conhecimento dos participantes, e esta diversidade pode trazer resultados mais satisfatórios e de maior qualidade uma vez que contribuidores não tão capacitados se espelham nas soluções de usuários com melhor capacidade de solução. Por isso a importância de publicação dos desenvolvimentos e de se tentar abrir o leque quanto ao perfil de participantes. Frey et al. [13] continua enfatizando encorajar participantes que tenham conhecimento complementar ao do time de desenvolvimento da empresa. Para isso, é interessante criar mecanismos para saber o perfil de cada desenvolvedor - ele menciona interligar outras plataformas como o LinkedIn⁴ e Facebook⁵ para identificação destes participantes.

⁴ <http://www.linkedin.com>

⁵ <http://www.facebook.com>