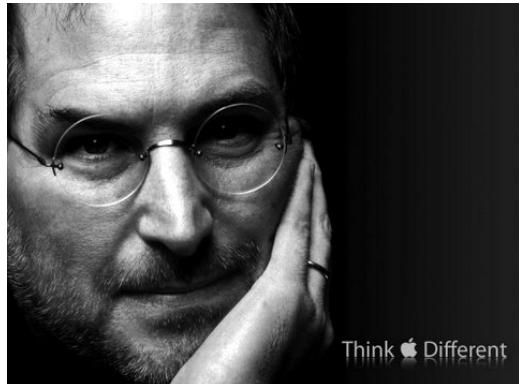


Los siete secretos de la innovación según Steve Jobs

Steve Jobs es, sin duda, un personaje controversial, aunque respetado hasta por sus detractores más feroces. En primer lugar, por haber creado de la nada a Apple y luego por haberla rescatado y transformado en una de las empresas más innovadoras del mundo. Lo cierto es que, por más creativo que sea, el hombre no improvisa sino que se atiene rigurosamente a su propio credo innovador.



Estos son los siete mandamientos de Apple:

1. Haga lo que le apasione. La pasión es la clave del genio. Jobs descubrió en su propia experiencia cómo alinear el trabajo con los propios gustos e intereses redundó en mayor energía, creatividad, constancia y resistencia a la adversidad. Si no está trabajando en algo que le guste y no puede cambiar eso a corto plazo, dé pasos que lo lleven con el tiempo a trabajar en algo que le sea más agradable. Si lidera personas, asegúrese de ubicar a cada uno en la tarea que más ajusta a sus habilidades y preferencias. Es la forma de sacar lo mejor de cada uno.
2. Cree una visión. Las visiones inspiran y motivan. Nos llevan a pensar en grande, a superar los límites y ayudan a liderar y unir los grupos de trabajo y darles un sentido de dirección y pertenencia. Jobs fue comparado muchas veces con un evangelizador, más que como un hombre de negocios. Puede estar lanzando un reproductor de audio o un nuevo teléfono, pero en su discurso parecerá que está cambiando al mundo. Y de hecho, lo está haciendo.
3. Reactive su cerebro. Hágase las preguntas que no se hace nadie. ¿Por qué? ¿Qué pasaría si? Conecte aquello que parece disociado. Jobs vivió siempre en la frontera entre la tecnología y la cultura. Es un apasionado del diseño y la estética, y aplica permanentemente esa sensibilidad al desarrollo de productos electrónicos de consumo. Además los productos de Apple en los últimos años son excepcionales muestras de hibridización. Combinar telefonía, reproducción de audio, video, navegación web, etc. es la forma en que ha buscado dar a sus dispositivos una ventaja.
4. Venda sueños, no productos. Ayude a sus clientes a mejorar sus vidas con sus productos. Después de todo, es eso lo que ellos persiguen. No están enamorados de su empresa, sino de sus propias aspiraciones y deseos. Ayúdelos a alcanzarlos. Por ejemplo: la capacidad de edición de música y video que traen las computadoras Apple es importante sólo porque permite que el cliente se exprese creativamente, aunque no sea un profesional. El resto son detalles técnicos.
5. Mantenga el foco. Diga que no a 1000 cosas. La verdadera pregunta que debemos hacernos todo el tiempo es: ¿por qué me comprarían este producto? Todo lo que no lleve a responderla satisfactoriamente puede y debe ser eliminado. El resto no crea valor, dispersa

energía. Elimine los productos no rentables de su portfolio y concéntrese en los más interesantes. En los negocios, la efectividad es hija de la concentración.

6. Brinde una gran experiencia. Preste atención no sólo al producto sino a la experiencia que provoca en el cliente, desde el momento mismo en que lo adquiere. Cuide el entorno en que ofrece sus productos, brinde un gran servicio, haga que el proceso de compra sea fácil y práctico para el cliente. Permita que experimenten su producto antes de comprarlo. 7- Comuníquese efectivamente. Que todos sepan que tiene un gran producto. Diga las cosas de forma sencilla. En una presentación no transmita más de tres ideas. Explique con dibujos y utilice historias. La comunicación es casi tan importante como el producto. Después de todo, ¿de qué sirve haber creado el mejor producto si no sabemos comunicarlo?