



# Como buscar o alinhamento estratégico

	<b>Observe</b>	<b>Sense-making</b>	<b>Future vision</b>
<b>SUPPLY</b>	<p>Observe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What activities do we perform?</li> <li>• What assets do we use?</li> </ul>	<p>Sense-making</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How are our activities and assets unique?</li> <li>• What could this uniqueness mean for future value creation?</li> </ul>	<p>Future vision</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How can we expect activities and assets to change?</li> </ul>
<b>DEMAND</b>	<p>Observe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Who are our customers?</li> <li>• Where are they?</li> </ul>	<p>Sense-making</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How/where are our customers unique?</li> <li>• What could this uniqueness mean for future value creation?</li> </ul>	<p>Future vision</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How will customer behavior and/or locations likely change?</li> </ul>
<b>RELATIONSHIP BETWEEN SUPPLY AND DEMAND</b>	<p>Observe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How did our revenues develop?</li> <li>• When did our revenues change? What changes in supply and demand caused this?</li> <li>• What triggered these changes in supply and demand?</li> </ul>	<p>Sense-making</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How were our revenue developments, changes in supply and demand, and the triggers of these changes unique?</li> <li>• What could this uniqueness mean for future value creation?</li> </ul>	<p>Future vision</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What could these changes mean for revenue potential?</li> <li>• When could they trigger changes in supply and demand? What are the changes?</li> <li>• How will the triggers of changes in supply and demand likely develop?</li> </ul>

Como você cria e comunica a sua estratégia de negócios?

Recentemente a Harvard Business Review publicou uma matéria sobre como as estratégias de negócios devem estar alinhadas com a narrativa da empresa e isso me lembrou muito das aulas do MBA em Gestão Executiva.

Abaixo o link para o artigo original:

<https://hbr.org/2023/02/your-strategy-needs-a-story>

Primeiro, em uma abordagem de empreendedorismo puro: visão e estratégia de negócios, roadmap de go-to-market, e por aí vai.

Segundo, de uma forma mais próxima da minha realidade, em uma pegada mais de “empreendedorismo interno”, ou seja, como criar algo dentro da própria empresa em que você trabalha.

Refletindo sobre o tema, nessa linha do empreendedorismo interno, acho que também se enquadra (com alguns pequenos ajustes) com o desafio de quando se trata de desenhar a estratégia e colocar no ar uma área específica, como TI, por exemplo.

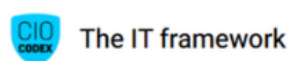
Como o próprio artigo menciona, tem tudo a ver com criar uma narrativa bem estruturada, traçando uma linha que funciona como um fio condutor ligando desde o “porquê” até o “o que”, passando pelo “como”.

Ser capaz de criar e contar essa história de harmoniosa e inspirada ajuda muito no engajamento e alinhamento de todo o time, afinal, é essencial que todos conheçam e estejam comprados com a visão de futuro que se têm como alvo!



### **Arthur De Santis**

Arthur De Santis é um executivo com mais de 20 anos de atuação na indústria de serviços financeiros, com destaque para bancos, processadoras de cartões, adquirentes e seguradoras, formando e liderando equipes e iniciativas ao longo de toda a cadeia de valor de Tecnologia da Informação.



O conteúdo apresentado neste website, incluindo o framework, é protegido por direitos autorais e é de propriedade exclusiva do CIO Codex. Isso inclui, mas não se limita a, textos, gráficos, marcas, logotipos, imagens, vídeos e demais materiais disponíveis no site. Qualquer reprodução, distribuição, ou utilização não autorizada desse conteúdo é estritamente proibida e sujeita às penalidades previstas na legislação aplicável